

UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE ARQUITETURA
FACULDADE DE BELAS-ARTES



**O EFEITO PUNK-ROCK:
um arquivo do papel da música na expressão do design**

Rita Rodrigues da Costa Range Prates

Trabalho de Projeto
Mestrado em Práticas Tipográficas e Editoriais Contemporâneas

Trabalho de Projeto orientado pela Prof^a Doutora Sofia Leal Rodrigues

2017

DECLARAÇÃO DE AUTORIA

Eu, Rita Rodrigues da Costa Range Prates, declaro que o presente trabalho de projeto de mestrado intitulado “O Efeito Punk-Rock: um arquivo do papel da música na expressão do design”, é o resultado da minha investigação pessoal e independente. O conteúdo é original e todas as fontes consultadas estão devidamente mencionadas na bibliografia ou outras listagens de fontes documentais, tal como todas as citações diretas ou indiretas têm devida indicação ao longo do trabalho segundo as normas académicas.

O Candidato

[assinatura]

Lisboa, 2 de janeiro de 2018

RESUMO

Este projeto estuda a relação entre a música e o design gráfico, particularmente capas de álbum e a sua importância na cultura popular. Foca-se em capas de álbum dos movimentos rock e punk uma vez que esses movimentos deram origem a algumas das capas de álbum mais famosas e influentes de sempre, como *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band* dos Beatles, *The Dark Side of the Moon* dos Pink Floyd ou *London Calling* dos The Clash.

Esta pesquisa pretende documentar o impacto da invenção da capa de álbum “artística”, a cargo do funcionário da Columbia Records Alex Steinweiss na década de 30 do século XX, no design gráfico e indústria musical. Está dividida em duas partes principais: uma que estuda a fundo uma lista de capas de álbum desses dois movimentos desde 1967 até 1999 e outra que se foca nas mudanças na indústria musical e design gráfico que ocorreram com a introdução dos formatos digitais como o CD, MP3 e serviços de *streaming*. Esta última parte menciona capas de álbum a partir do ano 2000 que se tornaram relevantes apesar da mudança do papel da capa de álbum no século XXI. Também estuda o papel do disco de vinil no design de capas de álbum quer no seu período de ouro (meados do século XX até ao fim dos anos 80) quer no seu revivalismo a partir de meados dos anos 2000.

Este trabalho escrito acompanha um *website* que documenta as capas estudadas e a sua importância para a indústria musical, os seus respetivos movimentos e o design gráfico. O *site* serve como uma plataforma em constante mudança à qual nova informação pode ser adicionada a qualquer altura, refletindo as novas tendências de design gráfico aliado à música e documentando grandes obras contemporâneas.

Este projeto, em ambas as suas componentes, contribui para um desenvolvimento do conhecimento através da análise e ponderação do papel e profissão do designer gráfico na indústria musical e vice versa e da importância do seu trabalho relacionado com música para a cultura popular e história do design gráfico.

Palavras-Chave:

Capas de álbum; design de capas; design de música; vinil; design gráfico

ABSTRACT

This project studies the relationship between music and graphic design, particularly album covers and their importance on popular culture. It focuses on album covers from the rock and punk movements since those movements have originated some of the most famous and influential album covers of all time, like The Beatles' *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*, Pink Floyd's *The Dark Side of the Moon* or The Clash's *London Calling*.

This research aims to document the impact of the invention of the “artistic” album cover, by Columbia Records employee Alex Steinweiss in the 1930s, on graphic design and the music industry. It is divided in two main parts: one that studies in depth a list of album covers of those two movements from 1967 until 1999 and another that focuses on the changes in the music industry and graphic design that happened with the introduction of the digital formats like the CD, MP3 and streaming services.

This last part mentions album covers from 2000 onwards that managed to be relevant despite the change in the role of the album cover in the 21st century. It also studies the role of the vinyl record in album cover design both in its golden period (mid-20th century to late 1980s) and in its revival from the mid-2000s.

This research accompanies a website that documents the covers studied and its importance for the music industry, their respective movements and graphic design. The website serves as an ever-changing platform to which new data may be added at any time, reflecting the new trends in music-related graphic design and documenting great contemporary artwork.

This project, in both its written and practical components, contributes to new knowledge by analysing and pondering on the role and profession of the graphic designer in the music industry and vice versa and the importance of their music related work on popular culture and graphic design history.

Keywords:

album covers; cover design; music design; vinyl; graphic design

A minha dedicatória

AGRADECIMENTOS

ÍNDICE

Resumo	ii
Abstract	iii
Agradecimentos	v
Índice de Figuras	viii
Introdução	1
Estrutura do trabalho	2
Capítulo 1 - Âmbito, propósito e objetivos do trabalho	4
Capítulo 2 - Metodologia	7
Capítulo 3 - Estado da arte e modelo teórico	9
Capítulo 4 - Rock	11
<i>Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band</i>	11
<i>Their Satanic Majesties Request</i>	13
<i>The Who Sell Out</i>	15
<i>The Beatles (White Album)</i>	17
<i>Led Zeppelin</i>	20
<i>Tommy</i>	21
<i>Abbey Road</i>	23
<i>Ummagumma</i>	26
<i>Let It Bleed</i>	27
<i>Atom Heart Mother</i>	30
<i>Led Zeppelin III</i>	32
<i>Sticky Fingers</i>	34
<i>Untitled (Led Zeppelin IV)</i>	37
<i>The Dark Side of the Moon</i>	39
<i>Houses of the Holy</i>	41
<i>Aladdin Sane</i>	43
<i>Physical Graffiti</i>	45
<i>Wish You Were Here</i>	47
<i>Presence</i>	49
<i>Animals</i>	51
<i>In Through the Out Door</i>	53
<i>The Wall</i>	56

Capítulo 5 - Punk	59
<i>Horses</i>	59
<i>Ramones</i>	61
<i>God Save the Queen</i>	63
<i>Never Mind the Bollocks Here's the Sex Pistols</i>	65
<i>Orgasm Addict</i>	67
<i>Unknown Pleasures</i>	68
<i>London Calling</i>	70
<i>Power, Corruption & Lies</i>	72
<i>Nevermind</i>	74
<i>Dookie</i>	76
<i>Enema of the State</i>	77
Capítulo 6 - O papel música na expressão do design	79
Capítulo 7 - O arquivo: definição e pesquisa	90
Capítulo 8 - thepunkrockeffect.rocks: estratégias gráficas e descrição	92
Conclusão	
Bibliografia	
Fontes das figuras	

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - <i>Sleeve</i> de um disco com publicidade relativa à loja (e editora) His Master's Voice	4
Figura 2 - Álbum de discos	4
Figura 3 - Capa de Alex Steinweiss para um álbum da orquestra de Andre Kostelanetz a interpretar músicas de George Gerswin	5
Figura 4 - Capa de <i>Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band</i> , dos Beatles	12
Figura 5 - Insert com elementos destacáveis de <i>Sgt. Pepper's</i>	13
Figura 6 - Capa de <i>Their Satanic Majesties Request</i> , dos Rolling Stones	14
Figura 7 - Capa de <i>The Who Sell Out</i> , dos The Who	15
Figura 8 - Contra-capá de <i>The Who Sell Out</i>	16
Figura 9 - Capa de <i>The Beatles (White Album)</i> , dos Beatles	18
Figura 10 - Poster do interior de <i>The Beatles (White Album)</i>	19
Figura 11 - Exposição “ <i>We Buy White Albums</i> ”, de Rutherford Chang	19
Figura 12 - <i>The Hindenburg Disaster</i> , de Sam Shere	20
Figura 13 - Capa de <i>Led Zeppelin</i> , dos Led Zeppelin	21
Figura 14 - Capa de <i>Tommy</i> , dos The Who	22
Figura 15 - A versão original do tríptico que McInnerney criou para o packaging de <i>Tommy</i> , sem as caras dos The Who	23
Figura 16 - Capa de <i>Abbey Road</i> , dos Beatles	24
Figura 17 - Capa de <i>Paul is Live</i> , de Paul McCartney	25
Figura 18 - Capa de <i>Ummagumma</i> , dos Pink Floyd	27
Figura 19 - Os Rolling Stones no festival de Altamont	28
Figura 20 - Capa de <i>Let It Bleed</i> , dos Rolling Stones	29

Figura 21 - Contra-capas de <i>Let It Bleed</i>	30
Figura 22 - Capa de <i>Atom Heart Mother</i> , dos Pink Floyd	31
Figura 23 - Contra-capas de <i>Atom Heart Mother</i>	32
Figura 24 - Capa de <i>Led Zeppelin III</i> , dos Led Zeppelin	33
Figura 25 - Logotipo dos Rolling Stones	34
Figura 26 - Capa de <i>Sticky Fingers</i> , dos Rolling Stones	35
Figura 27 - Interior da capa de <i>Sticky Fingers</i>	36
Figura 28 - Contra-capas de <i>Sticky Fingers</i>	36
Figura 29 - <i>Sleeve</i> de <i>Untitled (Led Zeppelin IV)</i> , dos Led Zeppelin	38
Figura 30 - Capa de <i>Untitled (Led Zeppelin IV)</i> , dos Led Zeppelin	39
Figura 31 - Capa de <i>The Dark Side of the Moon</i> , dos Pink Floyd	40
Figura 32 - Interior de <i>The Dark Side of the Moon</i>	41
Figura 33 - Contra-capas de <i>The Dark Side of the Moon</i>	41
Figura 34 - Capa de <i>Houses of the Holy</i> , dos Led Zeppelin	42
Figura 35 - Capa de <i>Houses of the Holy</i> com a <i>obi strip</i>	43
Figura 36 - Capa de <i>Aladdin Sane</i> , de David Bowie	44
Figura 37 - Capa de <i>Physical Graffiti</i> , dos Led Zeppelin	46
Figura 38 - Folha de créditos e lista de músicas de <i>Physical Graffiti</i>	47
Figura 39 - Contra-capas de <i>Physical Graffiti</i>	47
Figura 40 - Capa de <i>Wish You Were Here</i> , dos Pink Floyd	48
Figura 41 - Contra-capas de <i>Wish You Were Here</i>	49
Figura 42 - <i>Wish You Were Here</i> embrulhado em celofane	49
Figura 43 - Capa de <i>Presence</i> , dos Led Zeppelin	50

Figura 44 - Uma estátua do Objecto de <i>Presence</i>	51
Figura 45 - Contra-capas de <i>Presence</i>	51
Figura 46 - Capa de <i>Animals</i> , dos Pink Floyd	52
Figura 47 - Ilustração completa para <i>Animals</i>	52
Figura 48 - Uma das capas (versão B) de <i>In Through the Out Door</i> , dos Led Zeppelin	54
Figura 49 - Todas as capas e contra-capas de <i>In Through the Out Door</i>	55
Figura 50 - <i>Sleeve</i> de <i>In Through the Out Door</i> , versão original	56
Figura 51 - <i>Sleeve</i> de <i>In Through the Out Door</i> depois de ser molhada	56
Figura 52 - Embrulho de papel <i>kraft</i> de <i>In Through the Out Door</i>	56
Figura 53 - Capa de <i>The Wall</i> , dos Pink Floyd	57
Figura 54 - Interior de <i>The Wall</i>	58
Figura 55 - <i>Hammers</i> de Gerald Scarfe presente em <i>The Wall</i>	58
Figura 56 - Capa de <i>Horses</i> , de Patti Smith	60
Figura 57 - Capa de <i>Ramones</i> , dos Ramones	62
Figura 58 - A icónica t-shirt com o logotipo dos Ramones	62
Figura 59 - Contra-capas de <i>Ramones</i>	63
Figura 60 - Capa de <i>God Save the Queen</i> , dos Sex Pistols	64
Figura 61 - O poster promocional de <i>God Save the Queen</i> com a Union Jack	65
Figura 62 - A versão banida da imagem criada por Jamie Reid	65
Figura 63 - Capa de <i>Never Mind the Bollocks Here's the Sex Pistols</i> , dos Sex Pistols	66
Figura 64 - Contra-capas de <i>Never Mind the Bollocks Here's the Sex Pistols</i> , dos Sex Pistols	66
Figura 65 - Versão norte-americana da capa de <i>Never Mind the Bollocks</i>	66

Figura 66 - Versão norte-americana da contra-capa de <i>Never Mind the Bollocks</i>	66
Figura 67 - Capa de <i>Orgasm Addict</i> , dos Buzzcocks	67
Figura 68 - Contra-capa de <i>Orgasm Addict</i>	68
Figura 69 - Capa de <i>Unknown Pleasures</i> , dos Joy Division	69
Figura 70 - Figura original usada na capa de <i>Unknown Pleasures</i>	70
Figura 71 - Contra-capa de <i>Unknown Pleasures</i>	70
Figura 72 - Capa de <i>London Calling</i> , dos The Clash	71
Figura 73 - Capa de <i>Elvis Presley</i> , de Elvis Presley	72
Figura 74 - Capa de <i>Power Corruption and Lies</i> , dos New Order	73
Figura 75 - Contra-capa de <i>Power Corruption and Lies</i>	73
Figura 76 - Capa de <i>Nevermind</i> , dos Nirvana	75
Figura 77 - Capa de <i>Dookie</i> , dos Green Day	77
Figura 78 - Capa de <i>Enema of the State</i> , dos blink-182	78
Figura 79 - Capa de <i>The Velvet Underground & Nico</i>	80
Figura 80 - Capa de <i>The Velvet Underground & Nico</i> sem o autocolante	80
Figura 81 - Edição deluxe de <i>Everything That Happens Will Happen Today</i>	82
Figura 82 - Detalhe da edição deluxe de <i>Everything That Happens Will Happen Today</i>	82
Figura 83 - Capa de <i>Suck It And See</i> , dos Arctic Monkeys	83
Figura 84 - Capa de <i>Brothers</i> , dos The Black Keys	83
Figura 85 - Capa da versão física de <i>I See You</i> , dos The XX	83
Figura 86 - Capa da versão digital de <i>I See You</i> , dos The XX	83
Figura 87 - Capa de <i>AM</i> , dos Arctic Monkeys	84
Figura 88 - Exposição <i>Best Art Vinyl: 12 Years on 12 Inches</i>	86

Figura 89 - Página do livro “ <i>The Strange Library</i> ” de Haruki Murakami	87
Figura 90 - Página do livro “ <i>The Strange Library</i> ” de Haruki Murakami	87
Figura 91 - <i>Print screen</i> de uma página do serviço de <i>streaming</i> Spotify	90
Figura 92 - <i>Print screen</i> da mesma página de Spotify reimaginada com as capas simples que se usavam no início do século XX	90
Figura 95 - Página inicial de indio.com.mx/mexicounido	93
Figura 96 - Detalhe da galeria de imagens de indio.com.mx/mexicounido	93
Figura 97 - Página inicial de microbutmany.com	94
Figura 98 - Página <i>pop-up</i> de microbutmany.com	94
Figura 99 - Página inicial de alexisfacca.com	94
Figura 100 - Página do critério de filtragem “Editorial” de alexisfacca.com	94
Figura 101 - Página inicial de bestvinylrecords.com	95

INTRODUÇÃO

Desde o nascimento do rock em meados do séc. XX e do punk na década de 1970, estes movimentos têm sido alvo de inúmeros estudos e obras literárias, cinematográficas e artísticas, mas também académicas, embora com menor frequência. A maioria das obras produzidas foca-se na contribuição destes movimentos, inicialmente musicais, para variadas áreas da sociedade da época. No entanto, são poucos os objetos que estudam a relação entre o rock e punk e o design gráfico, sendo esta a principal razão para a escolha desse tema para a realização do trabalho de projeto. Os movimentos rock e punk foram também escolhidos como tema de estudo devido ao seu grande contributo para o design, arte e cultura popular contemporâneas.

Sendo movimentos relativamente marginais, em particular na sua génesis, é natural que tenham uma relação mais próxima com a cultura artística. Também os membros das bandas pertencentes a estes movimentos estavam relacionados com o panorama artístico, tendo alguns deles inclusive frequentado escolas de arte.

O presente trabalho de projeto é um relatório que contém a pesquisa efetuada para a criação de um objeto final, um arquivo que mapeia elementos gráficos como capas de álbuns e *singles* pertencentes ao período estudado.

No que diz respeito a esse período de estudo, considera-se que o mesmo tem início com o lançamento do álbum dos Beatles *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*, em 1967, considerado um dos primeiros *concept albums*. A capa do álbum foi feita pelos artistas Peter Blake e Jann Haworth em conjunto com os membros da banda e ganhou o *Grammy* de *Best Album Cover; Graphic Arts* em 1968. Devido a estes factos o contributo desta capa para o panorama artístico e de design (não só da época como atual) é de extrema importância, tendo sido assim escolhida para marcar o início do período de estudo deste trabalho.

Ao longo das décadas, com o declínio do consumo de discos de vinil e a crescente popularidade dos CDs e, mais tarde, de serviços digitais de *streaming* de música, o design de capas de álbum tem sofrido várias alterações, pelo que o período de estudo se estende assim até ao presente.

O estudo de objetos datados da década de 1990 em diante ganha uma nova dimensão particularmente interessante devido às grandes mudanças a que se assistiu na indústria musical: com a crescente disponibilidade de música digital *online* e em serviços de *streaming*, a capa do álbum passou a ser um elemento de uma campanha de promoção muito maior, perdendo um pouco a importância que tinha na década de 70, por exemplo. Também o espaço físico disponível para o design de uma capa passou a ser mais reduzido, o que se traduz em novos desafios técnicos e conceptuais com que os designers não lidavam frequentemente até finais do século XX/início do século XXI.

ESTRUTURA DO TRABALHO

Este trabalho de projeto acompanha um arquivo digital que contém informação sobre objetos gráficos relacionados com os movimentos estudados que sejam relevantes para a história e expressão do design gráfico e, consequentemente, para a cultura popular.

Esta componente escrita divide-se em quatro partes, cuja primeira é composta pelos capítulos um, dois e três. O capítulo um traduz-se numa breve descrição do contexto histórico e social no qual o design de capas de álbum passou a ser uma componente importante da indústria musical. Neste capítulo são também mencionados os objetivos de ambas as componentes deste trabalho, teórica e prática. No capítulo dois foi descrita a metodologia utilizada bem como uma lista das capas de álbum escolhidas para análise aprofundada e o capítulo três consiste numa enumeração de obras publicadas e websites relacionados com o tema deste trabalho, bem como as principais fontes consultadas na elaboração do mesmo.

A segunda parte contém toda a pesquisa efetuada, que consiste numa descrição e análise das capas estudadas, divididas por movimento (capítulos quatro e cinco). Estes dois capítulos servem de base para a terceira parte do trabalho, fornecendo vários casos de estudo que comprovam e exemplificam as afirmações feitas nessa parte.

A terceira parte consiste num único capítulo, o sexto, que analisa de maneira mais geral do que os capítulos anteriores o papel da música na expressão do design e as diferenças que ocorreram em ambas as áreas ao longo dos anos. Este capítulo estuda ainda a atualidade (e, presumivelmente, o futuro) do design de capas de álbum, fazendo comparações com a indústria literária, a que a era digital também trouxe grandes mudanças.

A quarta e última parte do trabalho é composta pelos capítulos sete e oito e diz respeito à componente prática do trabalho. O capítulo sete foca-se na definição de arquivo (particularmente digital) e na importância deste formato para este trabalho bem como numa breve pesquisa sobre *websites* que sirvam esse propósito. No capítulo oito são discutidas as estratégias gráficas escolhidas para a componente prática do trabalho, bem como descrita essa mesma componente.

Esta organização do trabalho segue uma lógica que se baseia na seguinte ordem: a primeira parte é dedicada aos capítulos introdutórios do trabalho, que estabelecem o tema e objetivos do mesmo; a segunda parte diz respeito à pesquisa e casos de estudo abordados; a terceira parte consiste na reflexão principal sobre a influência da relação entre a música e o design gráfico ao longo dos anos; e a quarta parte foca-se nos capítulos exclusivamente relativos à componente prática do trabalho.

A parte prática do trabalho consiste num *website* que funciona como arquivo digital, como já referido. A *homepage* do site dá ao utilizador a possibilidade de escolher uma de

duas maneiras de aceder à coleção de capas: explorar a coleção de maneira orgânica e interativa ou usar um sistema de organização e filtragem para que as capas sejam ordenadas de acordo com critérios específicos. Existem também páginas sobre cada movimento musical, rock e punk, com uma introdução ao movimento e um resumo da sua importância para o design gráfico.

Há naturalmente uma página sobre o trabalho, que contextualiza o conteúdo do *site* no âmbito do trabalho geral. Foi ainda criada uma página exclusivamente dedicada aos créditos relativos às imagens utilizadas no *site*.

CAPÍTULO 1 - ÂMBITO, PROPÓSITO E OBJETIVOS DO TRABALHO

No início do século XX a música era comercializada em discos que eram vendidos em *sleeves* ou “álbuns” – livros que continham vários discos – de papel simples, ou com anúncios às respetivas editoras ou a produtos que pouco ou nada tinham a ver com a música presente naquele disco específico.



Figura 1 - *Sleeve* de um disco com publicidade relativa à loja (e editora) His Master's Voice



Figura 2 - Álbum de discos

No início da década de 40 Alexander Steinweiss, funcionário da Columbia Records, propôs à editora uma mudança no *packaging* de discos: usar desenhos e pinturas originais, relacionados com o conteúdo de cada disco, na capa dos álbuns. Esta foi uma ideia revolucionária na indústria musical, que contribuiu para o aumento das vendas de discos e se tornou parte integral de um disco, sendo eventualmente adotado por todas as editoras. Em 1948 a Columbia Records introduziu no mercado um novo formato, o LP (*long playing*), produzido em discos de vinil. Com a criação do LP, a editora pediu a Steinweiss para criar um novo *packaging*, para um único disco de vinil, uma vez que o método antigo poderia danificar os novos discos. O primeiro design consistia na *sleeve* de cartão básico que ainda hoje encontramos comercializada, um envelope de papel aberto em cima (atualmente também se usa a abertura de lado). Mais tarde, Steinweiss criou o formato *gatefold*, também popular atualmente, que consistia num cartão dobrado com dois “envelopes” abertos de lado, que permitia incluir, para além do disco de vinil, mais elementos relativos à arte do álbum, uma folha com notas sobre o mesmo (ou, muitas vezes, as letras das músicas) ou até mesmo outro disco, no caso dos LPs duplos.



Figura 3 - Capa de Alex Steinweiss para um álbum da orquestra de Andre Kostelanetz a interpretar músicas de George Gershwin. De notar o papel da tipografia (até na discreta assinatura de Steinweiss, no canto superior direito) e o facto de os títulos das músicas interpretadas serem referidos na capa.

Quando Steinweiss começou a produzir arte para capas de álbuns, era costume usar ilustração para representar pessoas ou objetos. Com o passar dos anos e com o desenvolvimento de novas e mais económicas técnicas de impressão, a ilustração foi gradualmente substituída pela fotografia e o processo de design de uma capa de álbum passou a estar centrado no director artístico: este fazia o *layout* básico da capa e escolhia a fotografia e tipos de letra utilizados (Bruil, 2001). Esta evolução natural de técnicas e tendências levou a que, em 1955, Alex Steinweiss se “reformasse” da indústria musical, por considerar que as suas ideias e trabalho não se enquadravam na época da música rock.

No entanto, a sua herança dura até hoje. Como referiu Paula Scher, colaboradora na Pentagram e designer de capas de álbuns nos anos 80, “quando hoje olhamos para a nossa coleção de música no nosso iPod, estamos a olhar para a grande ideia de Alex Steinweiss”¹ (Heller, 2011).

¹ “When you look at your music collection today on your iPod, you are looking at Alex Steinweiss’s big idea.” – Paula Scher

Este trabalho de projeto pretende então questionar e analisar o impacto que a “sugestão” de Steinweiss teve não só no campo do design gráfico mas também na cultura popular em geral: como seria a nossa cultura visual atualmente se não existisse uma “disciplina” do design gráfico dedicada às capas de álbum? Qual teria sido a evolução da indústria musical sem o contributo do design, se as capas de álbuns musicais continuassem a ser em papel castanho simples apenas com um apontamento relativo ao artista e ao título da obra? Do mesmo modo, como seria a história do design gráfico se a música não tivesse contribuído para a criação de obras tão importantes como a capa de *The Dark Side of the Moon* ou *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*?

O design de capas de álbum é uma disciplina frequentemente ignorada e tomada como garantida, mas algo extremamente importante que deu origem a alguns dos melhores e mais influentes objetos gráficos do século XX e que mudou para sempre não só a indústria musical mas também a experiência de ouvir música: hoje em dia é quase impossível ouvir um álbum sem associar à música a imagem da sua capa.

A questão fundamental deste trabalho de projeto é, então, a importância da música para o desenvolvimento do design e, mutuamente, o contributo do design para o desenvolvimento da música e indústria musical.

Em relação à componente prática deste trabalho, a plataforma escolhida foi o arquivo digital, por permitir organizar os conteúdos de formas que o arquivo tradicional, físico, não permite. A escolha desta plataforma torna possível expor os objetos escolhidos e estudados de maneira algo museológica, digna de objetos tão marcantes do design e cultura popular. O arquivo digital permite ainda tirar partido de tecnologias atuais e interativas que enriquecem a experiência do visitante, mas que simultaneamente lhe permitem explorar os objetos ao seu próprio ritmo, tal como um arquivo tradicional.

O objetivo desta componente prática é transmitir toda a informação recolhida e analisada no decorrer da componente escrita de maneira que realce o seu papel na história da música e do design e que permita criar uma experiência atual e rica para o visitante.

CAPÍTULO 2 - METODOLOGIA

Este trabalho de projeto teve início numa pesquisa online pelas “melhores capas de álbum de sempre”² (melhores no sentido em que melhor representam a música do álbum ou que são mais influentes), que obteve inúmeros resultados, entre eles páginas dos sites de publicações de prestígio como *Rolling Stone*, *Wired* ou *The Guardian*.

A análise das listas de melhores capas nessas páginas web levou à criação de uma lista de capas a ser estudadas neste trabalho. Os critérios de seleção das capas foram o facto de serem referidas inúmeras vezes nas várias listas analisadas e, naturalmente, a opinião pessoal da autora. É de notar que apesar de a escolha dos álbuns ter tido em conta uma opinião, não se baseou em gosto pessoal em relação às bandas, álbuns ou mesmo design das capas, mas sim numa reflexão o mais objetiva possível sobre quais as capas mais marcantes e influentes para o design gráfico. A lista final de capas estudadas é a seguinte:

- *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band* – The Beatles
- *Their Satanic Majesties Request* – The Rolling Stones
- *The Who Sell Out* – The Who
- *The Beatles (White Album)* – The Beatles
- *Led Zeppelin* – Led Zeppelin
- *Tommy* – The Who
- *Abbey Road* – The Beatles
- *Ummagumma* – Pink Floyd
- *Let It Bleed* – The Rolling Stones
- *Atom Heart Mother* – Pink Floyd
- *Led Zeppelin III* – Led Zeppelin
- *Sticky Fingers* – The Rolling Stones
- *Untitled (Led Zeppelin IV)* - Led Zeppelin
- *Dark Side of the Moon* – Pink Floyd
- *Houses of the Holy* – Led Zeppelin
- *Aladdin Sane* – David Bowie
- *Physical Graffiti* – Led Zeppelin
- *Wish You Were Here* – Pink Floyd
- *Presence* – Led Zeppelin
- *Animals* – Pink Floyd
- *In Through the Out Door* – Led Zeppelin
- *The Wall* – Pink Floyd

² “best album covers of all time”

- *Horses* – Patti Smith
- *Ramones* – Ramones
- *God Save the Queen* – Sex Pistols
- *Never Mind the Bollocks Here's the Sex Pistols* – Sex Pistols
- *Orgasm Addict* – The Buzzcocks
- *Unknown Pleasures* – Joy Division
- *London Calling* – The Clash
- *Power, Corruption & Lies* – New Order
- *Nevermind* – Nirvana
- *Dookie* – Green Day
- *Enema of the State* – blink-182

Estas capas foram escolhidas e analisadas de maneira aprofundada por serem geral e unanimamente consideradas peças importantes da nossa cultura visual enquanto sociedade. Todas as capas desta lista são imagens que perduram até aos dias de hoje e a sua importância advém em parte do facto de serem objetos com, no mínimo, cerca de 20 anos.

Neste trabalho são também mencionadas outras capas que não fazem parte desta lista, de maneira a ilustrar as mudanças que a era digital do século XXI trouxe à indústria musical e, consequentemente, ao design aplicado à música. Apesar de existirem capas contemporâneas cujo design tem uma qualidade semelhante às capas da lista principal, o facto de terem sido lançadas há relativamente pouco tempo impede que sejam consideradas peças históricas (por enquanto).

Depois de criada a lista de capas a estudar, as mesmas foram analisadas uma a uma após uma breve descrição do contexto em que a capa foi criada (tendo em conta acontecimentos históricos e a carreira da banda, por exemplo). As capas foram organizadas cronologicamente e divididas por movimento para que fosse mais fácil comparar as diferenças entre o design para álbuns rock e álbuns punk.

No que diz respeito à componente prática do trabalho, foram analisados vários *websites* cujo propósito se aproxima do arquivo digital. Os *sites* do tipo “galeria” são os mais adequados para o presente trabalho, devido à sua natureza de exposição de imagens.

Os sites indio.com.mx/mexicounido e microbutmany.com foram consultados devido à sua estrutura de imagens em grelha e páginas de galeria e detalhe sobre cada imagem. O site alexisfacca.com foi analisado pela sua organização de imagens fora do comum, em tiras e não em grelha. O seu sistema de filtragem e organização também foi útil para o desenvolvimento da componente prática deste trabalho.

O conceito inicial do *website* era simular o ato de ver e organizar uma coleção de álbuns, pelo que foi criado um elemento interativo que permite “manusear” os álbuns de maneira livre. No entanto, também era necessário organizar facilmente a “coleção”, pelo que se criou um sistema de organização e filtragem que permite aplicar critérios específicos às capas (como tipografia, ilustração, cor, data de criação, etc). Estes dois métodos de aceder à informação foram dispostos em páginas separadas do *site*, o que permite ao utilizador escolher a maneira que prefere.

A pesquisa de *websites* baseou-se assim em websites em que a imagem tem um papel de destaque e *websites* com um sistema de organização/filtragem bem desenvolvido. Esta pesquisa encontra-se descrita de uma maneira mais detalhada no capítulo 9, que diz respeito ao arquivo como objeto.

CAPÍTULO 3 - ESTADO DA ARTE E MODELO TEÓRICO

Desde a sua génesis enquanto movimentos musicais e culturais nos anos 50 e 70 do século XX, respetivamente, o rock e o punk têm sido bastante estudados, inclusive em contexto académico.

Contudo, estes movimentos têm sido abordados de um ponto de vista sociológico e cultural que geralmente se foca na sua contribuição para as áreas da música, moda, cinema e arte, mas raramente na sua influência na expressão do design gráfico, algo surpreendente tendo em conta a importância da relação entre o design e estes movimentos culturais.

No entanto, alguns autores estudaram esta relação do design com estes movimentos musicais. O autor de cuja obra este trabalho mais se aproxima é Russell Bestley, professor no *London College of Communication*. Os seus artigos, quer em contexto académico quer obras publicadas, focam-se na importância do punk enquanto movimento cultural “completo”, ou seja, em todas as suas vertentes, com especial atenção para a sua relação com o design. A sua tese de doutoramento, *Hitsville UK: Punk rock and graphic design in the faraway towns, 1976-84*, acompanha uma exposição criada por Bestley e analisa capas de álbuns do punk inglês do período estudado.

O trabalho de Bestley é bastante pertinente para os objetivos deste trabalho de projeto pois é suficientemente semelhante para providenciar material de pesquisa e estudo e simultaneamente suficientemente distinto para que este trabalho não se torne uma repetição dele. Na sua tese, Bestley focou-se numa análise de objetos do punk britânico, especificamente de bandas oriundas de regiões e cidades do interior do país onde o punk teve uma importância e identidade visual diferente da capital, Londres. O presente trabalho de projeto pretende ir mais além do punk britânico e estudar o impacto que a música teve no design a partir do final da década de 60, com o movimento rock, bem como as mudanças que o advento do punk trouxe à profissão. É também objetivo deste trabalho analisar a evolução das técnicas e teorias de design aplicado à música à medida que os formatos digitais de música foram ganhando mais importância, a partir de final do século XX.

O livro *The Art of Classic Rock*, da autoria de Paul Grushkin, foi o livro físico no contexto do movimento rock mais consultado na escrita deste trabalho. Consiste numa coletânea da coleção pessoal de Rob Roth de memorabilia, posters e merchandise de bandas como Rolling Stones, Pink Floyd e Led Zeppelin. Grushkin analisa e descreve os objetos presentes na coleção com base no contexto histórico social e de cada banda, com especial atenção para os designers de cada objeto e a história da sua conceptualização e produção. No que diz respeito ao movimento punk, o livro *The Art of Punk*, publicado por Russell Bestley em conjunto com Alex Ogg, e o livro *Oh So Pretty: Punk in Print 1976-1980*, de Toby Mott e Rick Poynor, foram consultados regularmente. Ambos os livros se focam

principalmente em design efémero do período punk: objetos editoriais como *flyers*, *fanzines*, cartazes e capas de álbuns de bandas como The Ramones, Sex Pistols e The Clash. Foram também consultados inúmeros *websites*, entre eles as páginas de jornais e revistas como o *The Guardian*, *The New York Times*, *Rolling Stone* e *Telegraph* e sites especializados em música como ultimateclassicrock.com e feelnumb.com.

Para a parte prática do trabalho foram consultadas várias listas onde foram compiladas “as melhores capas de álbum de sempre” por publicações como a *Rolling Stone* e o *The Guardian*. Estas listas foram úteis para a pesquisa para o trabalho mas não se aproximam da finalidade pretendida da componente prática. Essa finalidade assenta na criação de um objeto de arquivo museográfico mais completo do que apenas uma lista de álbuns e que permita incorporar elementos interativos que enriqueçam a experiência do visitante.

À exceção do trabalho de Russell Bestley, que deu origem a uma matriz interativa que mapeava as capas escolhidas pelo autor (que infelizmente já não está disponível *online* na sua versão interativa, apenas em pdf), uma pesquisa por *websites* especializados em design de capas de álbum não produziu muitos resultados.

Assim, é objetivo deste trabalho escrito recolher e analisar informação que permita criar um arquivo digital sobre este tema mais completo do que apenas uma lista de álbuns.

CAPÍTULO 4 - ROCK

Após a explosão do Rock ‘n’ Roll nos anos 50, a popularidade dos artistas aumentou e estes tornaram-se ídolos da indústria musical. Com essa crescente popularidade e influência, muitos dos artistas mais conhecidos passaram a ter um total poder de decisão em relação às capas dos seus álbuns. Os artistas eram agora responsáveis pela escolha do designer e do fotógrafo e muitos escolhiam mesmo ser eles próprios a fazer o design.

Os Beatles foram uma das bandas que decidiram ter um papel maior no design das suas capas de álbum, estando frequentemente envolvidos no processo criativo juntamente com o diretor de arte, designer e fotógrafo (Medel, 2014, p. 38, 40-41).

Sgt. Pepper’s Lonely Hearts Club Band

Em 1966, após o lançamento de *Revolver* e o fim de uma digressão nos Estados Unidos, os Beatles tomaram a decisão de deixar de tocar música ao vivo e começaram a experimentar novas técnicas e efeitos de som cada vez mais complexos, encorajados pelo facto de não terem a limitação de ter que reproduzir esses sons num concerto ao vivo.

Durante as sessões de gravação, o conceito, de uma forma geral, ganhou uma importância que não tinha tido até aí num álbum dos Beatles, com o objetivo de fazer o novo álbum sobressair na discografia da banda. A ideia de um álbum conceptual ocorreu a McCartney numa viagem em que usou um disfarce para não ser reconhecido, o que o levou a pensar que todos os Beatles poderiam usar disfarces e desenvolver alter-egos no novo álbum, deixando para trás as suas identidades como Beatles e criando todos os detalhes da “vida” destas novas personalidades (Blackwell, 2009).

Assim nasceu o álbum (e a banda) *Sgt. Pepper’s Lonely Hearts Club Band*. Lançado em junho de 1967, é considerado o álbum dos Beatles que mais agitação causou, pelas novas ideias e sons que introduziu não só na música da banda, como na música popular em geral.

Apesar da música inovadora ser o que fazia com que o público permanecesse fiel aos Beatles, a capa e o packaging do álbum eram o que despertava mais curiosidade à primeira vista.

Paul McCartney desenhou vários esboços iniciais para a capa. Um desses esboços mostrava os Beatles vestidos com casacos estilo militar em cores vivas e com instrumentos musicais em frente de uma parede com fotos emolduradas dos seus ídolos; noutro esboço McCartney desenhou a banda num parque em frente de um relógio de flores a ser apresentada a um *mayor* (presidente de câmara).

Depois dos esboços iniciais estarem feitos, os Beatles decidiram trabalhar com o artista pop inglês Peter Blake, apresentado à banda pelo comerciante de arte Robert Fraser, e com o fotógrafo Michael Cooper. O relógio de flores, elemento central do esboço de Paul McCartney, transformou-se na bateria da banda do *Sgt. Pepper*, colocada sobre uma cama

de flores e as fotografias dos ídolos dos Beatles tornaram-se figuras de cartão de tamanho real que rodeavam a banda, como o público num concerto (Meacham, 2017).



Figura 4 - Capa de *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*, dos Beatles

Na multidão é possível reconhecer figuras como Marlene Dietrich, Mae West, Carl Jung, Edgar Allan Poe, Fred Astaire, Bob Dylan, Aldous Huxley, Marilyn Monroe, Karl Marx, H. G. Wells, Marlon Brando, Oscar Wilde, Lewis Carroll, Shirley Temple e Albert Einstein (Marck, 2011). Ao lado dos membros da banda, representados como os membros da Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band, estão ainda quatro figuras de cera dos Beatles no auge da *Beatlemania*, que representam o lado mais nostálgico do álbum.

As figuras foram escolhidas individualmente por cada um dos Beatles, à exceção de Ringo Starr, que decidiu deixar os outros membros da banda escolherem. John Lennon incluiu Hitler e Gandhi na sua lista de figuras, sendo que a ideia de usar Hitler foi imediatamente descartada. A inclusão de Gandhi na capa foi recusada por Joseph Lockwood, presidente da EMI (a editora discográfica responsável pelo lançamento deste álbum), por considerar que a utilização da figura de Ghandi para fins comerciais iria ter um impacto negativo nas

vendas do álbum na Índia (Deezen, 2012).

Na capa é ainda possível observar uma boneca que se assemelha a Shirley Temple, famosa atriz infantil, com uma camisola onde se podem ler as palavras “*Welcome the Rolling Stones Good Guys*”, uma referência amigável à banda “rival” dos Beatles.

A banda quis ainda inserir no packaging do álbum uma folha de cartão com elementos “interativos” destacáveis, como um bigode de cartão semelhante aos bigodes dos membros da banda, emblemas e insígnias militares e uma fotografia do fictício Sgt. Pepper.



Figura 5 - Insert com elementos destacáveis de *Sgt. Pepper's*

Their Satanic Majesties Request

A capa de *Their Satanic Majesties Request*, lançado também em 1967 pelos Rolling Stones, é um bom exemplo da nova tendência de produção de capas inovadoras. *Satanic Majesties* foi o sexto álbum da banda lançado no Reino Unido e o oitavo nos Estados Unidos, mas o primeiro cuja capa incorporava fotografia e elementos gráficos decorativos (todos os álbuns anteriores tinham-se baseado apenas em fotografias da banda). O seu design ficou a cargo de Michael Cooper, responsável também pela fotografia de *Sgt. Pepper's*, e baseava-se numa fotografia tridimensional que utilizava um sistema lenticular em que os olhares dos membros da banda mudavam em função do ângulo em que a capa fosse vista.

A capa lenticular mostrava todos os membros da banda a olhar uns para os outros, à exceção de Mick Jagger, cujas mãos se cruzavam e descruzavam em frente da cara. É também possível encontrar as caras dos Beatles escondidas entre as flores representadas

na capa, alegadamente em resposta à camisola referente aos Rolling Stones na capa de *Sgt. Pepper's* (Grushkin, 2009, p. 12).



Figura 6 - Capa de *Their Satanic Majesties Request*, dos Rolling Stones

A inovadora capa foi a resposta de Michael Cooper ao pedido dos Rolling Stones, que queriam uma capa que suplantasse a de *Sgt. Pepper's* (um paralelo interessante com a própria música do álbum, igualmente influenciada pelo álbum dos Beatles e que pretendia ser a resposta dos Rolling Stones aos seus amigáveis rivais).

Inicialmente a fotografia lenticular ocupava a totalidade da área da capa do álbum; no entanto, os custos de produção de um sistema lenticular dessa dimensão tornar-se-iam insustentáveis. Assim, o tamanho da fotografia lenticular foi reduzido e o espaço restante preenchido com uma moldura azul e branca com um efeito de mármore.

A fotografia original pertence hoje à coleção do museu *Victoria & Albert*, em Londres, tendo feito parte de uma grande exposição no museu sobre o design gráfico e a fotografia dos anos 60, em 2006, intitulada “*Sixties Graphics*” (Sandbrook, 2006).

Mais tarde, em edições posteriores do álbum, a imagem lenticular reduzida foi totalmente substituída por uma fotografia a cores simples, devido à dificuldade de suportar os elevados custos da sua produção (Grushkin, 2009, p. 12).

The Who Sell Out

Também em dezembro de 1967, no mês de lançamento de *Satanic Majesties* dos Rolling Stones, os The Who lançaram o seu terceiro álbum, *The Who Sell Out*.

Talvez inspirados pela obra conceptual dos Beatles, a banda decidiu fazer do seu terceiro LP também um álbum conceptual, o precursor do seu álbum *Tommy* de 1969, uma ópera rock conceptual e possivelmente o álbum mais aclamado e reconhecido da banda.

Se o conceito de *Sgt. Pepper's* baseia-se numa banda fictícia a tocar as suas músicas num concerto num parque, o de *Sell Out* é um pouco mais estruturado, baseado na transmissão de uma estação de rádio pirata. O álbum é composto por músicas da banda transmitidas pela rádio intercaladas com jingles de rádio verídicos e com “músicas-anúncio” criadas pela própria banda, que promoviam variados produtos e serviam de publicidade à estação de rádio.

O *packaging* do álbum também reforçava o conceito do álbum, sendo composto por quatro fotografias (duas na capa e duas na contra-capa) dos membros da banda a fazer publicidade a diversos produtos, não só reforçando a ideia de que os The Who se tinham “vendido”, como fazendo também referência às músicas-anúncio que o álbum continha.



Figura 7 - Capa de *The Who Sell Out*, dos The Who

David Montgomery foi o responsável pela fotografia e o design ficou a cargo de David King e Roger Law. A estética das fotografias, muito influenciada pela Pop Art, baseia-se na utilização de uma versão de tamanho exagerado do produto publicitado: na capa, Pete Townshend aplica desodorizante da marca Odorono que promete “transformar a transpiração em inspiração” e Roger Daltrey toma banho numa banheira cheia de feijões pré-cozidos da Heinz, enquanto segura a lata; na contra-capa, Keith Moon trata uma mancha na cara com pomada para o acne da marca Medac e John Entwistle demonstra o poder do programa de exercício Charles Atlas em atrair o sexo feminino (a única fotografia que não utiliza um adereço de grande tamanho). Cada fotografia é acompanhada por um pequeno texto publicitário que “vende” o produto.



Figura 8 - Contra-capa de *The Who Sell Out*

A capa do álbum foi bem recebida por alguns, como o *Los Angeles Times* que declarava que era melhor de que as capas contemporâneas dos Rolling Stones e a de *Sgt. Pepper's*, equiparando-a a uma peça de Pop-Art passível de ser exposta numa galeria de arte, como refere John Dougan no seu livro *The Who's The Who Sell Out*.

No entanto, a editora discográfica americana dos The Who tinha problemas com a capa de *Sell Out*, não por discordar particularmente da direção artística escolhida, mas pelo facto

de a lista de músicas não estar presente em nenhum lado da capa. A editora considerava que a falta de uma *tracklist* iria prejudicar as vendas do álbum, mas a banda recusou-se a mudar o design para que houvesse espaço; banda e editora chegaram a um compromisso quando foi decidido usar um autocolante na capa onde era possível ler “contém o single de sucesso ‘I Can See for Miles’” (Dougan, 2006, p.111-115).

The Who Sell Out foi assim não só um dos primeiros álbuns conceptuais cuja capa representava o tema na perfeição, como um dos primeiros a não ter a lista de músicas na capa, elevando a sua importância artística a um objeto representativo de um conjunto de músicas e não apenas a algo que serve para fornecer informação sobre o álbum.

The Beatles (White Album)

Em novembro de 1968 os Beatles lançaram o sucessor de *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*, intitulado apenas *The Beatles*. Após a exuberância do álbum anterior, quer em termos gráficos quer em termos musicais, a banda decidiu voltar às suas origens de rock ‘n’ roll e produziu um eclético duplo álbum com 30 músicas no total (Gerard, 2016).

Tal como havia acontecido no desenvolvimento da capa de *Sgt. Pepper's*, Robert Fraser teve um papel fundamental na produção de *The Beatles*, ao apresentar Richard Hamilton à banda e sugerir que este fosse o responsável pela capa do novo álbum. (Cooke, 2010). Paul McCartney entrou em contacto com o artista Pop, criador da que é considerada a primeira obra Pop, a colagem *Just What Is It That Makes Today's Homes So Different, So Appealing?*, e explicou-lhe que os Beatles tinham um álbum em produção que ainda não tinha título e que gostariam que ele o design da capa fosse da sua responsabilidade. Em resposta a esse pedido, Richard Hamilton decidiu criar uma capa que fosse totalmente o oposto da capa de *Sgt. Pepper's*, refletindo também a mudança sonora da banda no novo álbum.

Uma vez que a capa de *Sgt. Pepper's* era extremamente exuberante, Hamilton decidiu usar uma abordagem minimalista para *The Beatles*: capa e contra-capa totalmente brancas, apenas com o nome do álbum (e da banda) na capa em Helvetica, ligeiramente descentrado, inclinado e impresso em relevo. Richard Hamilton sugeriu também que cada cópia do álbum fosse numerada, usando ironia para fazer com que um álbum com milhões de cópias se tornasse uma “edição limitada”. Eventualmente, com o passar do tempo e à medida que foram lançadas reedições do álbum, o sistema de numeração foi abandonado (bem como o título em relevo, passando este a ser impresso em cinzento ou em preto), tornando as cópias iniciais cuja capa tinha número de série mais valiosas para colecionadores.



Figura 9 - Capa de *The Beatles (White Album)*, dos Beatles, com título gravado e número de série

O design de Richard Hamilton foi tão revolucionário e marcante que *The Beatles* passou a ser conhecido apenas como o *White Album*. Esse facto demonstra a importância do papel do Design aplicado à indústria musical: apesar de a capa de *Sgt. Pepper's* representar melhor o conteúdo musical e conceptual do álbum, a capa icónica e inesperada do *White Album* tornou-se muito mais do que algo complementar e secundário em relação à música, substituindo o próprio título na definição do álbum.

Uma vez que o exterior era completamente “vazio” e desprovido de informação à exceção do título do álbum, a lista de músicas encontrava-se no interior do gatefold, juntamente com quatro fotografias a preto e branco no lado oposto, uma de cada membro da banda. Para que o álbum tivesse algo mais substancial e atrativo, Richard Hamilton produziu também um poster para ser inserido dentro do *packaging*, com uma colagem de várias fotografias dos Beatles fornecidas pelos próprios membros da banda num lado e as letras das músicas do álbum no outro.



Figura 10 - Poster do interior de
The Beatles (White Album)

Em 2013, o artista Rutherford Chang criou uma loja que funciona também como galeria chamada “*We Buy White Albums*” (o artista compra várias cópias do álbum para adicioná-las à sua coleção) que pretende mostrar que todas as capas do *White Album* são únicas, apesar de serem produzidas em massa. Chang conta que muitas das cópias na sua coleção têm sinais visíveis de uso, como cantos dobrados e rasgados, papel amarelado devido ao envelhecimento do material, ou mesmo desenhos e textos escritos pelos seus donos anteriores, como poemas e cartas de amor que acabam por contar histórias sobre a vida dessas pessoas (Mullen, 2014).

A natureza minimalista e simples da capa do *White Album* foi talvez o que permitiu que este projeto ganhasse a dimensão que ganhou. Apesar de também ser possível estudar as diferenças entre outros objetos produzidos em massa, a “tela em branco” do *White Album* é propícia à personalização por parte de antigos donos e ao envelhecimento mais evidente dos materiais.



Figura 11 - Exposição “*We Buy White Albums*”,
de Rutherford Chang

Led Zeppelin

O álbum de estreia dos ingleses Led Zeppelin foi lançado inicialmente nos Estados Unidos, a 12 de janeiro de 1969 e mais tarde no Reino Unido, a 28 de março desse ano (Lewis, 2012). George Hardie foi o responsável pelo design da capa do álbum, intitulado simplesmente *Led Zeppelin*. Segundo Paul Grushkin, a revista de música *Rolling Stone* considerou o design de Hardie uma representação perfeita da música contida no álbum, transmitindo a ideia de sexo, catástrofe e “coisas a explodir”.

A ideia inicial de Hardie era construir a capa com base em imagens de um zepelim, em direta referência ao nome da banda; o primeiro esboço que Hardie mostrou à banda era uma imagem sequencial de um zepelim no meio de nuvens inspirada num sinal luminoso de um clube em São Francisco que Hardie tinha visto. Ao ver esta primeira versão da capa, Jimmy Page, guitarrista da banda, pediu a George Hardie que usasse uma imagem de domínio público e sugeriu a famosa fotografia de Sam Shere que mostrava o zepelim *Hindenburg* em chamas enquanto se despenhava ao aterrizar em New Jersey em 1937 (Grushkin, 2009, p. 116-118).

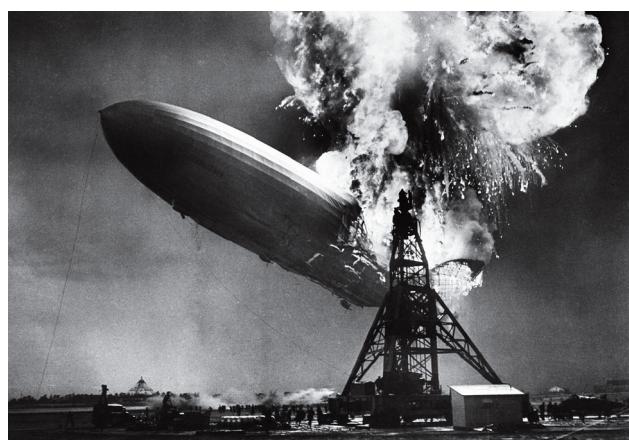


Figura 12 - *The Hindenburg Disaster*, de Sam Shere

O *Hindenburg* era uma inovação tecnológica impressionante, capaz de realizar viagens transatlânticas em apenas três dias, metade do tempo necessário para as realizar usando um navio como meio de transporte. No dia 6 de maio de 1937, enquanto tentava aterrizar em New Jersey, no fim de uma viagem transatlântica com início em Frankfurt, o *Hindenburg* explodiu e foi consumido pelo fogo, provocando a morte de 35 pessoas a bordo (Owen, 2013).

A partir da fotografia de Sam Shere, George Hardie criou uma imagem baseada na técnica do pontilhismo que foi usada como capa do álbum. Essa técnica revelar-se-ia icónica para a banda, presente em inúmeros objetos de merchandising e promoção ao longo de vários anos.



Figura 13 - Capa de *Led Zeppelin*, dos Led Zeppelin

Tommy

As experiências conceptuais que os The Who tinham iniciado em 1967 com a gravação de *The Who Sell Out* resultaram no álbum mais aclamado da banda, *Tommy*, lançado a 23 de maio de 1969. Há muito que o guitarrista Pete Townshend, responsável por muitas das músicas da banda, tinha um interesse particular por contar histórias. Assim, dois anos depois do lançamento de *The Who Sell Out* a banda lançou o seu sucessor, considerado uma ópera rock e um dos álbuns de rock mais audaciosos de sempre.

Tommy conta a história de vida de um rapaz homônimo que fica cego, surdo e mudo depois de presenciar uma morte trágica na sua infância que em adulto se torna um líder espiritual e um prodígio do *pinball* depois de ser miraculosamente curado.

A natureza conceptual do álbum trouxe um novo elemento para os espetáculos ao vivo, em que a banda tocava grande parte das suas músicas: para os fãs na audiência, o vocalista Roger Daltrey tornava-se a personificação de Tommy a contar a sua história (Wawzenek, 2014). O design gráfico do álbum ficou a cargo de Mike McInnerney, que produziu um tríptico ilustrado que serviu como capa para *Tommy*. Segundo o próprio designer, a sua intenção era representar a maneira como Tommy (a personagem) experienciava o mundo.



Figura 14 - Capa de *Tommy*, dos The Who

A ilustração pretende representar a ideia de McInnerney de que a experiência de Tommy do mundo era simultaneamente infundível e condicionada pelo facto de o protagonista ser cego, surdo e mudo. Na capa, centrada num fundo preto, está representada uma forma esférica com aberturas que deixam ver o interior (também de fundo preto) e cuja face exterior mostra um céu com nuvens, de onde saem vários pássaros. Junto ao limite superior da capa, centrado e em tamanho reduzido, está escrito o nome do álbum em caixa alta e o nome da banda, imediatamente por baixo, em caixa baixa.

É também possível ver uma mão a quebrar a barreira do fundo preto a partir do interior, simbolizando o momento em que Tommy se libertou das suas limitações e recuperou os seus sentidos.

O simbolismo da capa assenta na interpretação dessa esfera como sendo simultaneamente a Terra a flutuar na escuridão infinita do Universo e o próprio Tommy a flutuar na “escuridão” das suas limitações físicas e sensoriais. (Grushkin, 2009, p. 98).

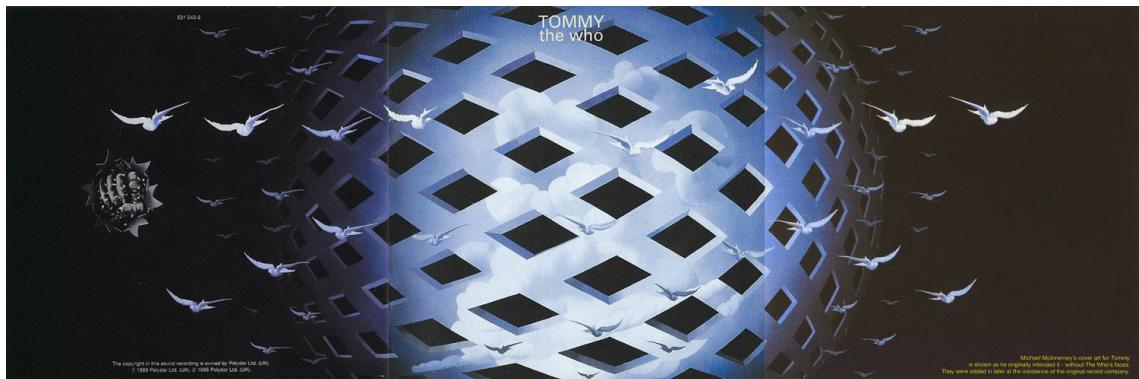


Figura 15 - A versão original do tríptico que McInnerney criou para o *packaging* de *Tommy*, sem as caras dos The Who

Esta foi a capa que Mike McInnerney visualizou e criou para o álbum. No entanto, a editora discográfica a que os The Who pertenciam insistiu que as caras dos membros da banda deviam estar presentes na capa, de maneira a promover a venda do álbum. Assim, McInnerney inseriu no interior do globo fotografias dos membros da banda a tentar sair para o exterior, visíveis através de algumas das aberturas. Algumas edições em CD mais recentes do álbum remasterizado utilizam a ilustração original de McInnerney, sem as caras dos membros dos The Who (Goldstein, 2007a).

Abbey Road

Talvez o álbum dos Beatles com a capa mais icónica de toda a sua carreira, *Abbey Road*, o penúltimo álbum da banda, foi lançado em setembro de 1969 (Gallucci, 2015a).

Há muito que as relações entre os quatro Beatles não eram as melhores: durante as sessões de gravação do *White Album* a tensão era tanta que a banda decidiu trabalhar separada em diferentes estúdios, juntando-se apenas quando era estritamente necessário para gravar. Esta tensão devia-se em parte ao facto de John Lennon insistir que Yoko Ono estivesse presente no estúdio com ele (Lifton, 2015). No início de 1969 os Beatles decidiram tentar reparar os seus relacionamentos e voltar a gravar juntos no mesmo estúdio. O período de tréguas não durou e as tensões voltaram a estar ao rubro, mas a banda conseguiu gravar material suficiente que depois de modificado e aperfeiçoado seria lançado no ano seguinte como o último álbum dos Beatles, *Let It Be*.

Uma vez que os quatro Beatles não estavam contentes com o material produzido nessas sessões de gravação, decidiram voltar ao estúdio e gravar mais músicas. O resultado dessas sessões, que decorreram quase como as do início da carreira da banda, com boas relações e consenso entre os quatro membros (embora com alguns desacordos e cedências em relação a que músicas fariam parte da lista final), foi *Abbey Road* (Gallucci, 2015a).

Ao contrário do que havia acontecido com os últimos dois álbuns, a capa de *Abbey Road*

não tinha ainda nenhum conceito delineado, nem nenhum artista específico para a realizar, durante a gravação do álbum.

O plano inicial para a capa do álbum era fotografar os Beatles nos Himalaias, com o Monte Evereste de fundo, uma referência ao *working title* do álbum, *Everest*. No entanto, a editora discográfica EMI estava a atravessar tempos dificeis e desesperada para lançar o novo álbum da maior banda do mundo (em parte devido ao facto de as sessões do futuro *Let It Be* terem sido descartadas a favor de material novo que reunisse o consenso da banda), pelo que o plano de levar os quatro Beatles num jato para os Himalaias foi abandonado. Em vez disso, a capa do álbum foi fotografada na passadeira perto dos estúdios onde a banda estava a gravar, na Abbey Road em Londres, passando o título a fazer referência a essa rua em vez de ao Monte Evereste.

O fotógrafo Iain Macmillan foi o responsável pela sessão que aconteceu na manhã do dia 8 de agosto de 1969: enquanto um polícia parava o trânsito na rua, Macmillan tirou seis fotografias da banda a atravessar a agora famosa passadeira (ideia de Paul McCartney, que tinha feito um esboço para explicar ao fotógrafo). A fotografia escolhida foi a quinta a ser tirada, por ser a única em que as pernas dos quatro Beatles estavam numa posição perfeita de “V” (Giles, 2015a).



Figura 16 - Capa de *Abbey Road*, dos Beatles

Depois da fotografia ter sido escolhida o diretor de arte John Kosh decidiu manter a capa extremamente simples, sem incluir o nome da banda ou do álbum (tendo essa informação sido inserida na contra-capa, onde é possível ver a figura de uma mulher a passar à frente de uma placa de rua que diz “Abbey Road”, por baixo de outra semelhante que diz “Beatles”). Kosh achou desnecessário repetir essa informação na capa, uma vez que os Beatles eram a banda mais conhecida do planeta. O diretor de arte recebeu depois uma chamada do presidente da EMI a criticá-lo por não ter posto o nome da banda na capa, pois isso nunca iria vender o álbum. No seguimento dessa chamada, George Harrison apoiou as opções gráficas de Kosh e álbum acabou por vender cerca de 26 milhões de cópias numa semana (Rampell, 2013).

A importância da fotografia usada para a capa do álbum deriva também da quantidade de “teorias da conspiração” e especulação que suscitou. A famosa teoria “Paul is dead”, que defendia que Paul McCartney tinha morrido num acidente de automóvel e que os outros Beatles e a editora discográfica tinham decidido preencher o seu lugar na banda com um homem extremamente parecido consigo, foi criada a partir de sinais indiciais ou “pistas” que supostamente os Beatles teriam colocado na capa de *Abbey Road* (Giles, 2015a). Uma das pistas era o Volkswagen Carocha branco visível no lado esquerdo da fotografia cuja matrícula era LMW 281F. A segunda parte da matrícula, 281F, era interpretada como 28IF (com o número um a representar a letra I), cujo significado era “28 if”, ou seja, a idade que Paul McCartney teria se não tivesse morrido; os fãs que acreditavam nesta teoria ignoravam o facto de Paul McCartney ter 27 anos quando o álbum foi lançado, e não 28 (Edwards, 2010, p. 23-24).



Figura 17 - Capa de *Paul is Live*, de Paul McCartney

Quase 25 anos mais tarde, em 1993, Paul McCartney parodiou a fotografia da capa mais icónica da sua própria banda e o rumor de que tinha morrido e sido substituído por um sócio, na capa do seu álbum ao vivo a solo, intitulado *Paul is Live*. A capa usava uma versão retocada da fotografia original de 1969 de Iain Macmillan sem os Beatles, mas que mantinha o Volkswagen branco no lado esquerdo da estrada, e introduzia uma fotografia de Paul McCartney (de 1993) a passear um cão. A matrícula “LMW 281F” foi substituída por uma que dizia simplesmente “51 1S” (“*51 is*”), simbolizando os 51 anos de idade que McCartney tinha em 1993, quando *Paul is Live* foi lançado (Roefflaer, 2014).

Para além de Paul McCartney, inúmeras bandas, séries de televisão e filmes prestaram homenagem à capa de *Abbey Road*, tornando-a uma das mais influentes de sempre.

Ummagumma

Em outubro de 1969 os Pink Floyd lançaram o seu quarto álbum, *Ummagumma*, que se tornou o álbum mais bem sucedido em termos de vendas até à época (DeRiso, 2015a).

O design da capa de *Ummagumma* foi feito pelo coletivo artístico Hipgnosis, criado por Storm Thorgerson e Aubrey Powell. A dupla já tinha sido responsável pela capa do segundo álbum da banda enquanto estudantes no *Royal College of Art* (Grushkin, 2009, p.62). À primeira vista a capa parecia algo banal: uma fotografia da banda em que o guitarrista e co-vocalista David Gilmour aparece em primeiro plano sentado, dentro de uma divisão de uma casa, em frente a uma porta através da qual se pode observar os restantes membros da banda em várias posições. Na parede ao lado de Gilmour está pendurado um quadro em que se pode ver novamente a mesma cena, mas com os membros da banda em posições diferentes, sendo que no quadro quem está em primeiro plano é Roger Waters, baixista e co-vocalista (Rossell, 2010a). Este fenómeno é conhecido por *mise en abyme*, termo cunhado por André Gide, ou efeito Droste, assim chamado devido à marca homónima de cacau do início do século XX cuja embalagem mostrava uma enfermeira com uma caixa igual na mão, que por sua vez mostrava outra vez a enfermeira com outra caixa igual na mão, e assim sucessivamente (McLoone, 2009).

A fotografia da capa de *Ummagumma* repete-se quatro vezes (com o teclista Richard Wright à frente na terceira repetição e o baterista Nick Mason na quarta), sendo que na última repetição é possível observar a capa de *A Saucerful of Secrets* no lugar que a fotografia ocupava dentro do quadro (Grushkin, 2009, p.64).

No chão, por baixo do quadro e ao pé do banco, foram colocadas letras que soletram as palavras “Pink Floyd” e imediatamente por cima dessas letras, encostado à parede, está um disco de vinil da banda sonora do filme musical de 1958 “Gigi”. Na edição original inglesa de *Ummagumma* a capa da banda sonora está intacta, mas nas versões americana e canadiana a fotografia foi modificada para que a capa fosse totalmente branca e na versão

australiana a banda sonora de “Gigi” foi completamente removida da imagem, devido a questões relacionadas com direitos de autor (Edwards, 2015).



Figura 18 - Capa de *Ummagumma*, dos Pink Floyd

Let It Bleed

Gravado e produzido ao longo de nove meses com início em fevereiro de 1969, *Let It Bleed* foi lançado pelos Rolling Stones no fim de novembro de 1969. O período de gravação deste álbum foi turbulento e marcado pela saída de Brian Jones da banda, um dos membros fundadores, devido ao abuso de substâncias ilícitas e ao comportamento irresponsável nas sessões de gravação do álbum, a que muitas vezes faltava (Gallucci, 2015b).

No dia 6 de dezembro, cerca de uma semana depois do lançamento do álbum, os Rolling Stones organizaram um festival de música gratuito para encerrar a sua digressão norte-americana, incentivados por críticas aos preços elevados dos bilhetes para os seus concertos. O festival, no qual participaram artistas como Santana, Grateful Dead e Jefferson Airplane, decorreu em Altamont, na Califórnia, e ficou marcado pela violência e pelo homicídio, em grande parte devido à “contratação” (em troca de cerveja) do gang

motociclista *Hells Angels*. Este festival marca o fim do período *peace and love* do *flower power* dos anos 60, num contraste acentuado com o ambiente que se viveu alguns meses antes, em agosto, no festival de Woodstock. (Whitaker, 2015)



Figura 19 - Os Rolling Stones no festival de Altamont, em dezembro de 1969

Let It Bleed contém algumas das canções mais icónicas dos Rolling Stones, como *Gimme Shelter* e *You Can't Always Get What You Want*. O seu título no decorrer do processo de gravações era *Automatic Changer* e foi essa a inspiração para a capa do álbum, da autoria de Robert Brownjohn, amigo de Keith Richards que o convidou para fazer o design da capa (Popeson, 2013).

A capa de *Let It Bleed* mostra um grande bolo cujas camadas são compostas por uma lata com um rolo de filme, a face de um relógio, uma pizza, um pneu e, no topo, uma cobertura de açúcar branca decorada com doces e com as figuras em miniatura dos Rolling Stones a tocar os seus instrumentos. O bolo está colocado na pilha de discos de um gira-discos automático, ou seja, que toca um disco a seguir ao outro automaticamente. Enquanto o bolo aguarda a sua vez de ser tocado, um disco com uma etiqueta central que diz “*The Rolling Stones – Let It Bleed*” é reproduzido. O nome do álbum é também repetido na embalagem de lata do rolo de filme, onde foi escrito à mão a seguir à palavra “*Stones*” sobre uma tira de fita-cola vermelha.

A parte superior do bolo (a que realmente se pode chamar de bolo) era comestível e foi confecionada por Delia Smith (atualmente uma das cozinheiras mais famosas do Reino Unido), que por sua vez foi contratada por Robert Brownjohn.

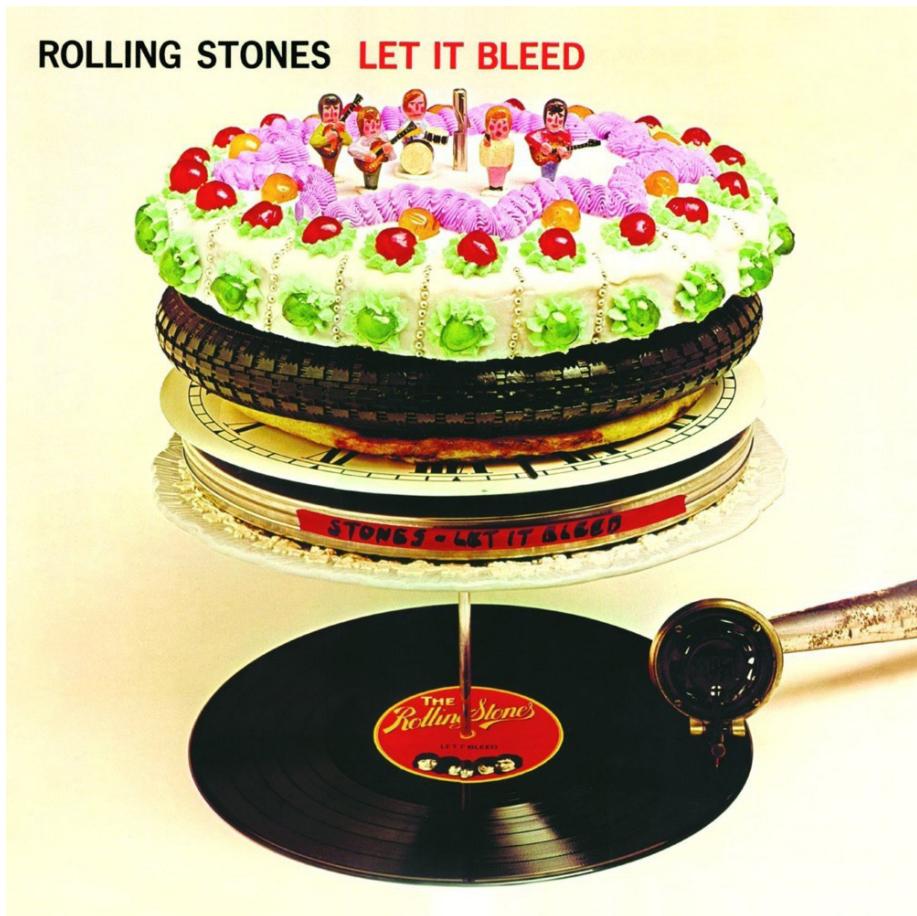


Figura 20 - Capa de *Let It Bleed*, dos Rolling Stones

Na contra-capa, tudo está destruído: o bolo tem uma fatia a menos e as figuras da banda foram derrubadas; o pneu tem um furo; a pizza foi cortada e uma das fatias caiu para cima do disco de vinil, que está partido; o relógio está amolgado e o rolo de filme tem a película solta à vista. Robert Brownjohn incluiu também a lista de músicas presentes no álbum na contra-capa, por cima do bolo destruído. No entanto, por razões estéticas, as músicas não estão pela ordem em que aparecem no álbum, mas sim pela ordem que Brownjohn considerou que funcionava melhor em termos de design.

A ordem correta das músicas estava presente na sleeve em que o disco vinha inserido, onde também constava toda a informação técnica relativa à produção, gravação e composição do álbum, juntamente com uma mensagem para o consumidor: “*THIS RECORD SHOULD BE PLAYED LOUD*”, ou seja, “este disco deve ser tocado alto” (Popeson, 2013).



Figura 21 - Contra-capa de *Let It Bleed*

Atom Heart Mother

Lançado em outubro de 1970, *Atom Heart Mother* é o quarto álbum dos Pink Floyd e o sucessor de *Ummagumma*. Tal como no período de criação e produção do seu antecessor, a banda ainda estava a passar por um período de experimentação devido à saída de Syd Barrett, membro fundador da banda. O álbum marca o fim desse período de experimentação e o início do período da banda mais fértil em termos criativos e mais bem recebido pelos críticos e pelo público. *Atom Heart Mother* é um álbum de transição entre os Pink Floyd que tentavam encontrar o “seu” som e os Pink Floyd de *Meddle*, o álbum que sucedeu a *Atom Heart Mother*, uma banda mais confiante nas suas qualidades e capacidades artísticas.

O título do álbum não tem qualquer relação com o conteúdo musical do mesmo, tendo sido retirado um pouco ao acaso da manchete de um artigo do jornal *The Evening Standard* sobre uma mulher grávida com um pacemaker à base de energia atómica, “*Atom Heart Mother*”. O design da capa do álbum seguiu um processo semelhante, no sentido em que quer a banda, quer o designer Storm Thorgerson, do grupo Hipgnosis, pretendiam que esta fosse o menos psicadélica possível e que quebrasse com o que a banda geralmente apresentava como capas de álbum (Schaffner, 1992, p.155). Com total liberdade para fazer algo inesperado, a dupla de designers inspirou-se no papel de parede com vacas em cores néon da

autoria de Andy Warhol para a capa de *Atom Heart Mother*, por ser uma imagem icónica baseada em algo tão comum como uma vaca (Schaffner, 1992, p.155) Powell e Thorgerson deslocaram-se a Essex, a norte de Londres, e fotografaram uma vaca num campo.

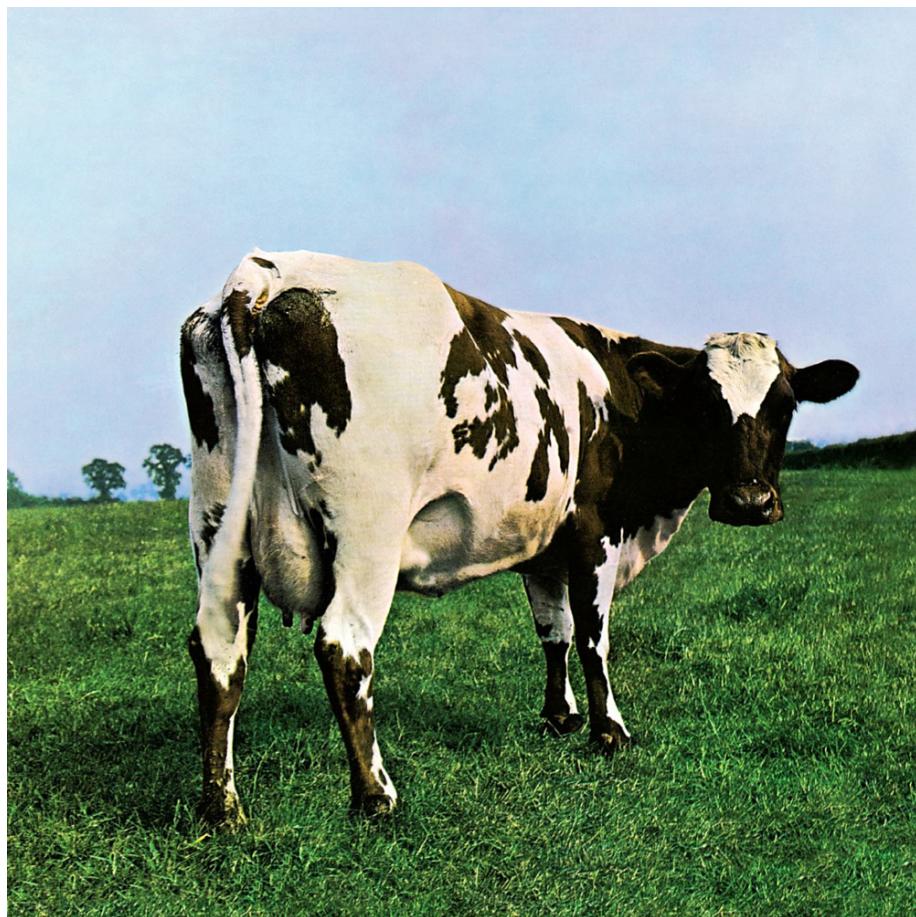


Figura 22 - Capa de *Atom Heart Mother*, dos Pink Floyd

Apesar de a dupla ter conhecimento de que é difícil trabalhar com crianças e animais, a vaca fotografada limitou-se a olhar calmamente para os designers quando estes se aproximaram, pelo que a icónica fotografia foi fácil de obter. Os Hipgnosis tiraram mais fotografias no local, acabando por usar uma delas para a contra-capa, onde é possível observar três vacas em sequência a olhar para a câmera.

Quando Thorgerson e Powell mostraram as suas fotografias e conceito aos Pink Floyd, os membros da banda concordaram imediatamente que aquela seria a capa de *Atom Heart Mother*, exatamente como estava. Assim, a capa não indica o nome da banda nem do álbum, não apresenta nenhum lettering no exterior, nem nenhuma fotografia dos membros da banda.



Figura 23 - Contra-capa de *Atom Heart Mother*

A informação relativa à banda e ao título do álbum, juntamente com a lista de músicas e a ficha técnica, está presente apenas no interior do *gatefold*, sobre uma fotografia a preto e branco de um campo com várias vacas.

Os representantes da editora discográfica EMI, tal como já tinha acontecido com alguns álbuns dos Beatles, acreditavam que a falta de fotografias e de informação sobre a banda e o álbum prejudicaria as vendas, por isso insistiram que esses dados fossem incluídos. No entanto, a banda defendeu a proposta dos designers e recusou-se a permitir que a editora alterasse a capa (Grow, 2017).

O design da capa acabou por se relevar mais importante para o tema geral do álbum do que qualquer música nele contida: a banda, inspirada pela imagem da vaca da capa, acabou por dar os nomes “*Breast Milky*” e “*Funky Dung*” a duas partes da música “*Atom Heart Mother*”. Assim, *Atom Heart Mother* é um exemplo de um álbum cujo visual da capa influenciou o seu próprio conteúdo, algo que não é muito comum.

Led Zeppelin III

Em 1970, após três meses na estrada em digressões pelo Reino Unido, pela Europa e pela América do Norte, os membros dos Led Zeppelin, apesar de exaustos, iniciaram o proces-

so de escrita e de produção do seu novo álbum, seis meses depois do lançamento de *Led Zeppelin II*. Para que se conseguissem concentrar, Jimmy Page e Robert Plant viajaram até uma casa de campo no País de Gales e iniciaram um retiro criativo (Welch, 1996, p.49-50). O resultado desse retiro foi um conjunto de músicas mais calmas e relaxadas que marcaram o álbum, intitulado *Led Zeppelin III*. Lançado em outubro de 1970, o álbum também contém músicas “típicas” da banda, como “*Immigrant Song*”, a música de abertura e que viria a ser um dos maiores sucessos dos Led Zeppelin até aos dias de hoje (Christopher, 2015).

O design da capa ficou a cargo de Zacro (nome artístico de Richard Drew), que conheceu Jimmy Page em 1963, enquanto estudante no *Kingston College of Art*, o que lhe valeria, anos mais tarde, um convite para realizar a capa do terceiro álbum da banda (Priddey, 2015, p.51-52)

Zacron incorporava, muitas vezes, técnicas de ilustração e de colagem nos seus trabalhos e a capa de *Led Zeppelin III* não é exceção.



Figura 24 - Capa de *Led Zeppelin III*, dos Led Zeppelin. De notar o pormenor da roda, do lado direito.

O fundo branco quer da capa quer das duas partes do interior do gatefold está coberto de várias pequenas ilustrações, muitas delas relacionadas com o ato de voar (vários zepelins, borboletas, pássaros e aviões). No interior da capa, sobreposto às ilustrações, encontra-se o texto identificador das músicas e dos créditos de produção do álbum. O texto está formatado de maneira a formar um círculo, enfatizando o elemento circular presente em muitas das ilustrações.

A capa contém ainda o nome do álbum desenhado num *lettering* de contorno preto, no meio das ilustrações. As letras arredondadas e “gordas”, juntamente com as ilustrações coloridas, dão à capa um aspeto um pouco infantil e de cartoon, algo que Jimmy Page referiu anos mais tarde como um pouco desapontante (Priddey, 2015, p.52).

No entanto, a característica mais marcante da capa de *Led Zeppelin III* é a roda de papel funcional que se encontra por detrás da capa, dentro de um “bolso”. Ao contrário do resto do *packaging* do álbum, a roda quase não tem espaço branco, porque a sua superfície está totalmente coberta de imagens, incluindo ilustrações e fotografias da banda. Essas imagens são visíveis através de círculos recortados na capa e mudam conforme a posição da roda.

Sticky Fingers

Mick Jagger sempre teve um grande interesse em história de arte e design gráfico, por isso participou de forma ativa na concepção da grande maioria de objetos relacionados com os Rolling Stones, como fotografias, posters promocionais e capas de álbum. Após ver o sucesso do logotipo dos Grateful Dead (um esqueleto com rosas) e a eficiência com que este se tornou uma imagem de marca da banda, ajudando a criar uma maior relação entre esta e os seus fãs, Jagger decidiu criar um logotipo para os Rolling Stones (Grushkin, 2009, p.10).

Em 1970, o vocalista contactou John Pasche (na altura estudante de design no *Royal College of Art* em Londres) e encarregou-o de idealizar um logotipo para a banda. A intenção de Pasche era criar algo rebelde e anti-autoridade, mas a grande inspiração para o icónico logotipo dos lábios com a língua de fora foi o próprio Mick Jagger: Pasche conta que quando se encontrou com Jagger para discutir os pormenores do trabalho, a icónica boca do vocalista foi o que mais se destacou na sua aparência.



Figura 25 - Logotipo dos Rolling Stones

Assim, o logotipo dos Rolling Stones tornou-se simultaneamente numa “língua de fora” à autoridade e num ícone de sensualidade e irreverência baseado no vocalista da banda. O logotipo apareceu pela primeira vez no interior da capa e na contra-capa de *Sticky Fingers*, o sucessor de *Let It Bleed*, lançado em 1971 (Walker, 2008).

Sticky Fingers é até hoje considerado um dos melhores álbuns dos Rolling Stones, em parte devido à sua receção quando foi lançado, atingindo o número um na lista de álbuns mais vendidos quer no Reino Unido quer nos Estados Unidos (Giles, 2015b).

O álbum tem talvez a capa mais icónica de toda a carreira dos Rolling Stones: pensada pelo famoso artista pop Andy Warhol, consiste numa fotografia da pélvis de um homem vestido com calças de ganga (sendo que a contra-capa mostra a mesma imagem, mas vista de costas). Na capa original das versões do álbum que foi lançado no Reino Unido e em vários outros países que não os Estados Unidos, pode ver-se o nome da banda e do álbum a vermelho, sobrepostos à imagem fotográfica, como se tivessem sido carimbados na capa. Na versão norte-americana a tipografia é bastante mais discreta e de menor dimensão, embora mantenha a mesma cor.



Figura 26 - Capa de *Sticky Fingers*, dos Rolling Stones

A grande inovação desta capa é o facto de ter um fecho de correr (o *zipper*) nas calças que funciona realmente e que, quando aberto, revela uma fotografia do mesmo homem em cuecas brancas (Grushkin, 2009, p. 18).

A identidade do modelo da fotografia (da autoria de Billy Name) é desconhecida, uma vez que Warhol e Name fotografaram vários modelos para a capa e Warhol nunca revelou de quem era a fotografia escolhida (Fowle, 2015).

O responsável pelo *packaging* do álbum foi Craig Braun, que tornou possível a concretização da ideia de Warhol: quando testaram o *packaging* com um *zipper* funcional, Braun apercebeu-se que a capa teria de ter mais uma camada de cartão para proteger o disco. No entanto, mesmo com essa camada extra, o *zipper* danificava o disco durante o processo de transporte do álbum. A solução de Braun foi enviar os discos com o fecho aberto, de modo a restringir qualquer dano à zona do disco onde a etiqueta era colocada, sem comprometer o seu funcionamento (Grushkin, 2009, p. 18).

A capa de Andy Warhol causou alguma controvérsia quando foi lançada devido ao facto de a fotografia delinear a forma do pénis do modelo, tendo inclusivamente sido banida em Espanha pelo regime de Franco. Assim, a versão espanhola de *Sticky Fingers* tem uma capa alternativa, criada por John Pasche e Phil Jude, que mostra uma lata de melaço aberta de onde emergem três dedos cortados. Os mesmos “carimbos” com o título e o nome da banda que existem na versão original estão presentes no canto superior esquerdo da capa. (Cashmere, 2015).

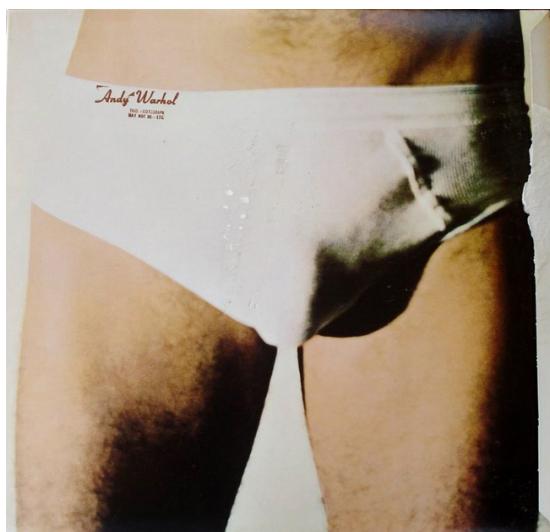


Figura 27 - Interior da capa de *Sticky Fingers*



Figura 28 - Contra-capa de *Sticky Fingers*

Untitled (Led Zeppelin IV)

Apesar de *Led Zeppelin III* ter sido bem recebido pelos fãs, os críticos de música não tinham a mesma opinião e atribuíram o sucesso do álbum (bem como dos seus dois antecessores) ao nome e fama do grupo. Assim, quando os Led Zeppelin lançaram o seu quarto álbum, em novembro de 1971, decidiram que este não teria um título e que a capa não teria nenhuma informação no seu exterior, nem mesmo o nome da banda. Jimmy Page sugeriu que em vez do usual título o álbum tivesse apenas símbolos: a ideia inicial era colocar apenas um símbolo, mas uma vez que aquele era o quarto álbum da banda e que os seus membros eram quatro, decidiu-se que cada um escolheria o seu próprio símbolo (Rossell, 2009a).

Nos créditos do álbum a “coordenação de design” é atribuída aos Graphreaks, um coletivo de design sobre o qual não existe muita informação. Sobre a empresa apenas se sabe que foi responsável pelo design de capas de artistas como The Who, Jimmy Hendrix, Yes e, claro, Led Zeppelin (Lucas, 2009).

No entanto, a direção de arte do álbum foi realizada pelo guitarrista da banda, que criou o seu próprio símbolo a partir de um outro símbolo que encontrou num livro sobre mitologia antiga. O símbolo de Page é casualmente conhecido como “Zoso” (nome que também é dado ao álbum por alguns fãs) por parecer soletrar essa palavra, apesar de na verdade ser um pictograma (Grushkin, 2009, p. 122). O baterista John Bonham e o baixista John Paul Jones escolheram os seus símbolos (três círculos que se intersetam e uma triquetra sobreposta a um círculo, respectivamente) a partir de *The Book of Signs* da autoria do tipógrafo Rudolf Koch, um intensivo livro sobre símbolos cuja tradução para Inglês foi publicada originalmente em 1930 (Deal, 2014). Os três círculos de John Bonham representam a trindade de mãe, pai e filho e são simultaneamente uma representação de uma bateria vista de cima, referenciando o papel de Bonham na banda (Gruhskin, 2006, p.122). Mais tarde, a banda descobriu, por acaso, que o símbolo também era o logotipo da cerveja Ballantine (Rossell, 2009a). O símbolo de Robert Plant consiste na pena de Ma’at, a deusa Egípcia da justiça, dentro de uma circunferência e pode ser interpretado como uma referência ao seu papel de escritor e compositor na banda, bem como uma representação de justiça e verdade que Ma’at simbolizava (Grushkin, 2009, p.122).

Existe ainda um quinto símbolo, mais pequeno, que acompanha a lista de músicas: três triângulos invertidos unidos por um dos seus vértices escolhidos por Sandy Denny, uma vocalista convidada que participou na música “*The Battle of Evermore*” (Rossell, 2009a). Todos estes símbolos apareciam impressos na sleeve protetora do disco sem qualquer explicação (só mais tarde é que os membros da banda discutiriam o significado dos símbolos de forma mais aberta), juntamente com a lista de músicas e os créditos de produção do álbum. No entanto, nem mesmo os créditos faziam referência à banda Led Zeppelin (essa informação aparecia exclusivamente nas etiquetas centrais do disco), sendo que só

era possível “adivinhar” que o álbum era da banda através dos nomes de Jimmy Page e Peter Grant, o manager da banda, que receberam créditos de produção do álbum.

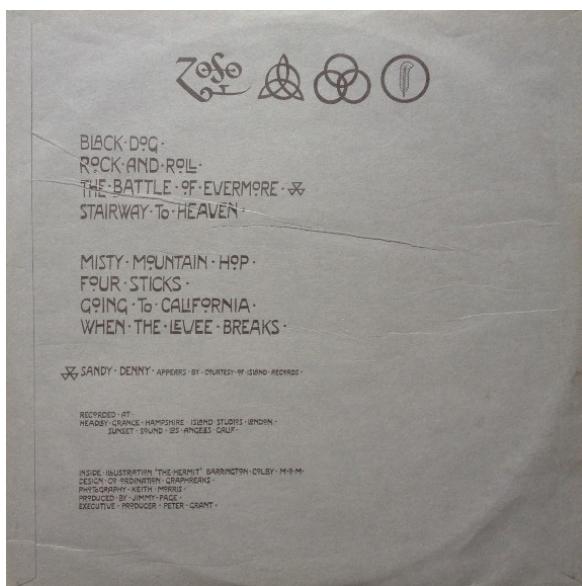


Figura 29 - Sleeve de *Untitled (Led Zeppelin IV)*,
dos Led Zeppelin

O exterior do *packaging*, como já foi referido, não tinha qualquer texto ou informações sobre o álbum ou a banda, nem mesmo o número de catálogo ou logotipo da editora discográfica. A capa mostra uma parede velha, com o papel de parede e o reboco a descascarem, onde está pendurado um quadro que mostra um homem idoso a carregar um fardo de ramos no meio de um campo. O quadro foi encontrado e comprado numa loja de antiguidades em Reading e posteriormente usado para a capa do álbum (Grushkin, 2009, p.122). Quando se abre o *packaging* e se vê a capa e a contra-capa em simultâneo é possível perceber que a parede não só está em deterioração como foi parcialmente demolida, mostrando uma paisagem urbana em Birmingham (Rossell, 2010b). Segundo Jimmy Page a banda pretendia criar uma dicotomia campo/cidade que representava as mudanças no som da banda iniciadas em *Led Zeppelin III* que se baseavam num equilíbrio entre músicas acústicas e elétricas.

Como já tinha acontecido com os Beatles em *Abbey Road*, com os The Who em *The Who Sell Out* e *Tommy* e com os Pink Floyd em *Atom Heart Mother*, os *Led Zeppelin* tiveram problemas com a sua editora discográfica devido às decisões conceptuais e gráficas que diziam respeito ao *packaging* de *Led Zeppelin IV*. A editora, Atlantic Records, considerava que lançar um álbum sem título constituía um “suicídio comercial” e pressionou a banda para que isso não acontecesse. No entanto, os *Led Zeppelin* mantiveram a sua posição inicial e lutaram para que o álbum fosse identificável apenas pelos seus símbolos.

Tal como aconteceu com os outros álbuns acima referidos, a capa de *Led Zeppelin IV* acabou por ser um sucesso e por se tornar uma das capas de álbum mais icónicas do rock.



Figura 30 - Capa de *Untitled (Led Zeppelin IV)*, dos Led Zeppelin

The Dark Side of the Moon

A gravação do oitavo álbum dos Pink Floyd foi feita ao longo de um período de quase um ano, em parte devido à complexidade criativa do seu conteúdo. Os membros da banda tiveram mesmo de negociar com a editora discográfica para que tivessem mais tempo em estúdio em troca de uma menor percentagem das vendas do álbum, que acabou por ser o mais vendido e bem sucedido de toda a sua carreira (Robinson, 2011).

Lançado a 17 de março de 1973, *The Dark Side of the Moon* entrou para o Top 200 da revista *Billboard*, onde acabou por permanecer durante cerca de 14 anos seguidos (mais precisamente 736 semanas), período atingido o primeiro lugar (Gallucci, 2013).

O design da capa é da autoria dos Hipgnosis, mas a ilustração é de George Hardie, responsável pelo design da capa de *Led Zeppelin*. Foi a partir do design da capa de *The Dark Side of The Moon* que Storm Thorgerson e Aubrey Powell ganharam maior reconhecimento quanto Hipgnosis (Grushkin, 2009, p.63, 69).

A capa do álbum mostra, de uma forma extremamente simples, sobre um fundo preto, o processo de refração e decomposição de um feixe de luz branca no espetro visível, com o auxílio de um prisma triangular (sendo que a contra-capá ilustra o inverso deste processo). Na verdade, a luz refratada dividia-se em apenas seis das sete cores do arco-íris, deixando de parte a cor Índigo/Anil. Segundo Powell, Thorgerson pediu a Hardie que ilustrasse o processo de refração da luz depois de ter visto a imagem de um prisma na capa de um livro. A capa não só era uma imagem universal como uma homenagem à componente visual dos concertos dos Pink Floyd, que assentava em sofisticados espetáculos de luz (Sinclair, 2013).



Figura 31 - Capa de *The Dark Side of the Moon*, dos Pink Floyd

A banda aprovou o conceito do prisma apresentado pelos designers e Roger Waters sugeriu que fosse aplicado também no interior do packaging, pelo que no interior do gatefold, também sobre fundo preto, é possível observar uma barra composta por linhas de cada uma das cores usadas. Ao longo do interior da capa a linha verde é utilizada para retratar a onda sonora de um batimento cardíaco e representar visualmente o som inicial da primeira música do álbum, “*Speak To Me*” (Deal, 2017a).



Figura 32 - Interior de *The Dark Side of the Moon*



Figura 33 - Contra-capa de *The Dark Side of the Moon*

Houses of the Holy

Cerca de dez dias depois dos Pink Floyd lançarem *The Dark Side of the Moon*, a 28 de março de 1973, os Led Zeppelin lançaram o seu quinto álbum, *Houses of the Holy*.

Ao contrário dos quatro álbuns anteriores que tinham sido gravados e produzidos num curto espaço de tempo (e em alguns casos enquanto a banda estava em digressão), *Houses of the Holy* foi criado a um ritmo mais calmo. Essa mudança permitiu que a banda experimentasse novos sons e géneros musicais e criasse músicas mais elaboradas, como “*The Rain Song*” (Wilkening, 2016).

No entanto, a dupla de designers responsável pela capa do álbum, Storm Thorgerson e Aubrey Powell dos Hipgnosis, não teve acesso às novas músicas que os Led Zeppelin estavam a criar. Segundo Powell, Jimmy Page contactou-o e a Thorgerson e encarregou-os de fazerem a capa do novo álbum dos Led Zeppelin, sem lhes dar detalhes sobre o seu título, música ou temas.

Thorgerson e Powell inspiraram-se numa das cenas finais do livro de ficção científica *Childhood's End*, de Arthur C. Clarke, em que todas as crianças da Terra são transportadas para o Espaço através de uma coluna de fogo.

A ideia original dos designers era fotografar uma família nua durante o nascer ou pôr-do-sol na Giant's Causeway, uma formação rochosa na costa da Irlanda do Norte, dando à imagem o mesmo sentimento de “fuga no fim do mundo” presente na obra de Arthur C. Clarke

(Grow, 2017). No entanto, as condições meteorológicas inviabilizaram a concretização da ideia inicial. Powell viajou com a equipa de produção até à Giant's Causeway, mas a intensa chuva que assolou a região ao longo da semana de trabalho não permitiu que se fotografasse os modelos, quer ao nascer, quer ao pôr do sol, como o designer pretendia. Aubrey Powell decidiu simplificar a capa, descartar a ideia de representar uma família e fotografar apenas duas crianças, os irmãos Samantha e Stefan Gates, a preto e branco, para mais tarde criar uma colagem com as colunas de rocha da Giant's Causeway como fundo. A decisão de usar fotografias a preto e branco permitiu que a imagem final da capa fosse tingida com as cores que os designers desejavam, o que resultou na vibrante paleta final de laranja, roxo e turquesa (Deal, 2017b).

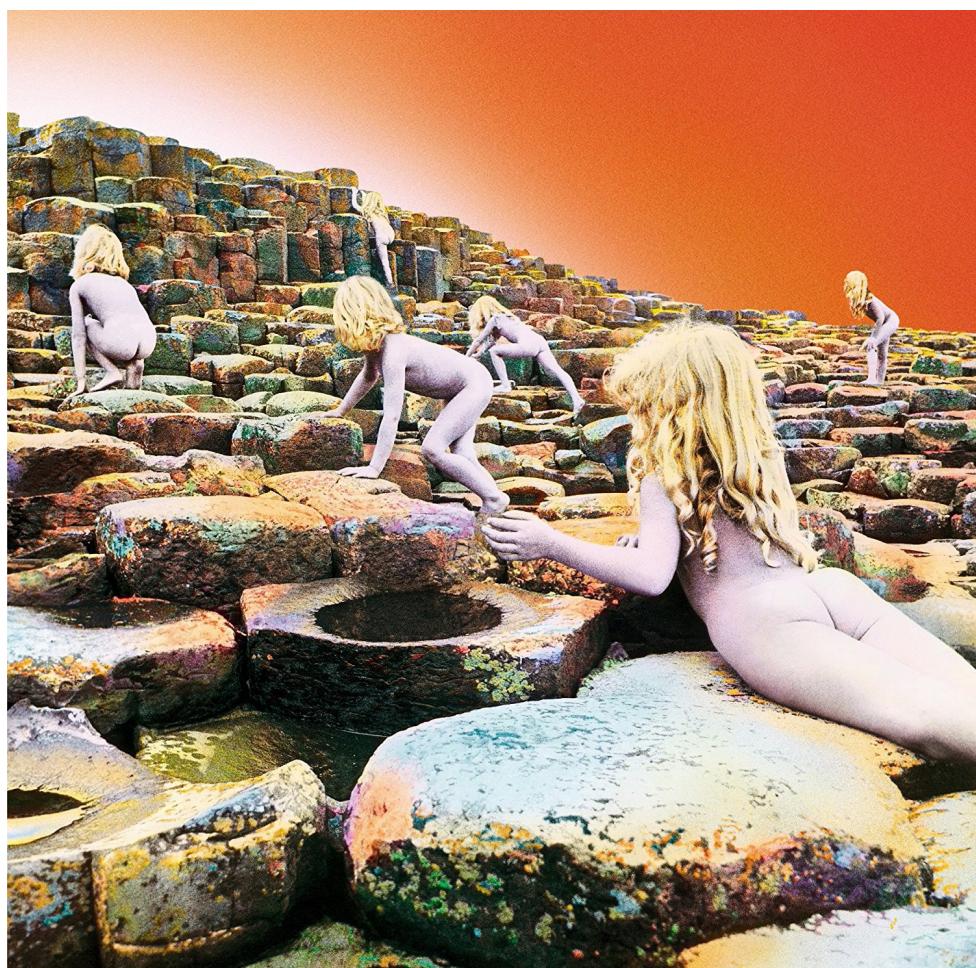


Figura 34 - Capa de *Houses of the Holy*, dos Led Zeppelin

Tal como no álbum anterior, o título de *Houses of the Holy* e o nome da banda não foram impressos na capa, constando apenas na sleeve de papel que continha o disco, a lista de músicas, as suas letras e os créditos de produção. No entanto, ao contrário de *Led Zeppelin IV*,

cujo objetivo era ser totalmente anônimo à primeira vista, *Houses of the Holy* continha uma *obi strip*, uma tira de papel à volta do álbum, com o seu nome e o da banda. A tira, implementada pela editora Atlantic Records, servia simultaneamente para informar o consumidor sobre o álbum e para esconder as nádegas das crianças (Grushkin, 2009, p. 123). A tipografia utilizada nesta tira tornou-se, ao longo dos anos, a tipografia de eleição para o logotipo da banda; atualmente, se fizermos uma pesquisa por “*Led Zeppelin logo*”, esse é o resultado.

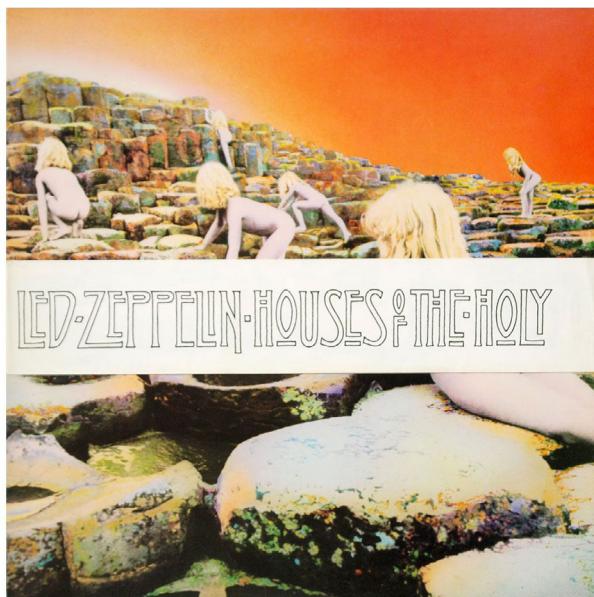


Figura 35 - Capa de *Houses of the Holy* com a *obi strip*

Aladdin Sane

Em 1972, David Bowie lançou o seu quinto álbum, intitulado *The Rise and Fall of Ziggy Stardust and the Spiders from Mars*, que conta a história do protagonista homônimo, Ziggy Stardust, um extra-terrestre extravagante que se tornava uma estrela de rock na Terra (Childers, 2012).

Bowie não só criou a personagem Ziggy Stardust para o conteúdo do álbum, como a encarnou numa longa digressão de promoção que durou 17 meses. No último concerto da digressão, a 3 de julho de 1973, no Hammersmith Odeon Theatre em Londres, Bowie acabou com a personagem de Ziggy (Gallucci, 2016). O último concerto de Ziggy Stardust aconteceu três meses depois de Bowie ter lançado o seu sexto álbum, *Aladdin Sane* (um trocadilho com “a lad insane”, ou seja, “um rapaz louco”).

Para *Aladdin Sane* Bowie criou uma versão de Ziggy Stardust influenciada pelos Estados Unidos da América e o álbum serviu como uma transição entre *Ziggy Stardust and the Spiders from Mars* e a direção que o cantor pretendia seguir no futuro. Todo o álbum tem uma grande influência norte-americana, pois foi escrito enquanto Bowie estava em digressão

pelos Estados Unidos; na versão americana do disco, cada música é listada na contra-capa juntamente com o local que a inspirou, o que não acontece na versão inglesa. (Loder, 1987). A capa de *Aladdin Sane* mostra Bowie de olhos fechados, com o característico penteado ruivo de Ziggy Stardust, em tronco nu com um raio vermelho e azul pintado na cara desde a testa até à bochecha direita, “atravessando” o seu olho direito. A fotografia é da autoria de Brian Duffy, a direção de arte é da responsabilidade de Celia Philo e a maquilhagem de Bowie foi feita por Pierre La Roche. Para além da fotografia, aplicada sobre um fundo branco, a capa contém apenas o nome de Bowie no canto superior direito e o nome do álbum por cima do tronco do cantor.

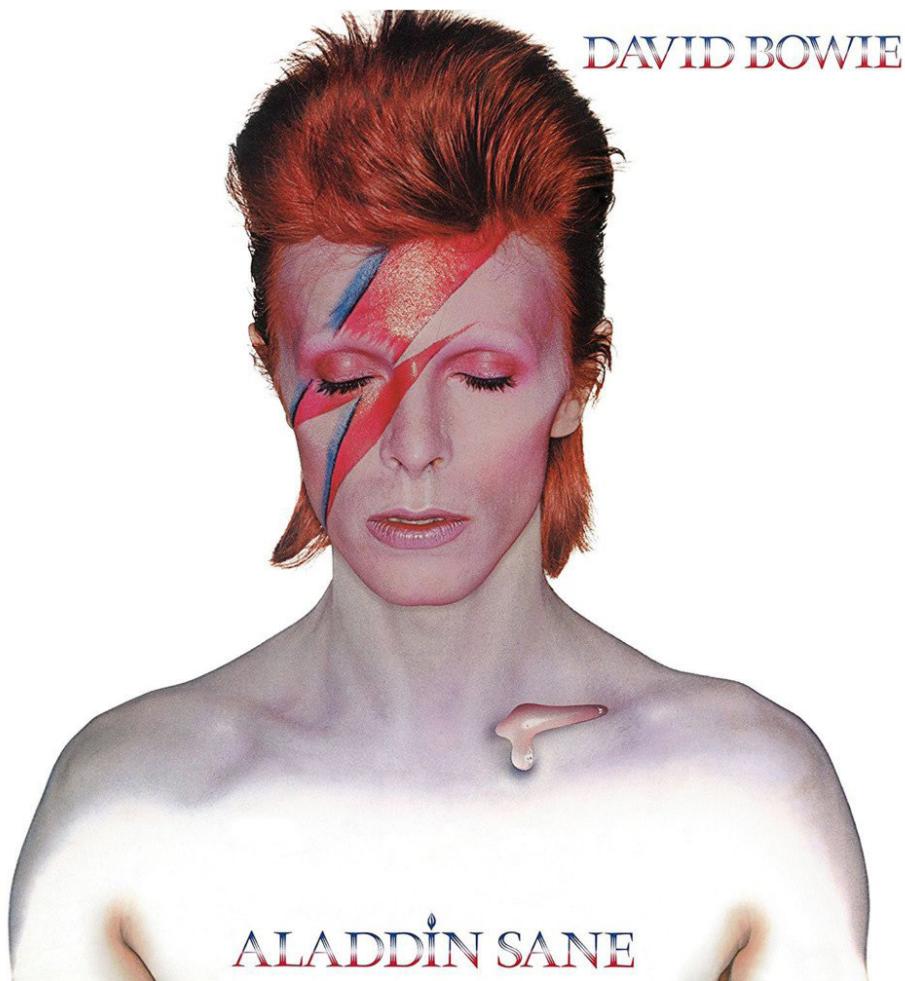


Figura 36 - Capa de *Aladdin Sane*, de David Bowie

Toda a tipografia, em caixa alta, tem o mesmo tamanho e as mesmas cores: o vermelho e azul que marcam todo o álbum (Hunter, 2013).

A imagem da capa de *Aladdin Sane* tornou-se sem dúvida uma das mais icónicas e memoráveis da longa carreira de Bowie. Na zona de Brixton, em Londres, onde Bowie nasceu

e passou parte da sua infância, existe um mural da autoria de James Cochran dedicado ao músico onde se pode ver uma das imagens da sessão fotográfica para a capa do álbum em que Bowie está de olhos abertos em vez de fechados (Holt, 2016).

Em janeiro de 2016, aquando da notícia da morte de David Bowie, o mural transformou-se num local de homenagem para muitos fãs do artista. Outra homenagem ao músico que se baseia nesta imagem é a de um grupo de astrónomos Belgas que dedicaram a Bowie uma constelação de sete estrelas que forma o característico raio de *Aladdin Sane* (Kreps, 2016).³

Physical Graffiti

Após o lançamento de *Houses of the Holy* os Led Zeppelin embarcaram numa grande digressão de promoção do álbum, que deixou a banda exausta, o que levou os seus membros a fazerem uma pausa. Durante os 18 meses seguintes os Led Zeppelin não fizeram nenhuma digressão e concentraram-se na escrita e gravação do seu sexto álbum, que foi lançado em fevereiro de 1975 (Wilkening, 2016). Ao longo das sessões de gravação a banda criou oito novas músicas com uma duração que ultrapassava a normal de um álbum, o que constituía um problema. Uma vez que os Led Zeppelin não queriam desfazer-se de nenhuma das músicas, os seus membros decidiram criar antes um álbum duplo. Para atingir o número de músicas necessário para um álbum duplo, a banda fez alterações e gravou novamente várias músicas criadas para álbuns anteriores que acabaram por não ser incluídas na lista de músicas final, incluindo “*Houses of the Holy*”, do álbum homónimo de 1973 (Lewis, 2012).

A capa do álbum foi da responsabilidade de Peter Corriston e consiste numa fotografia de dois prédios em Nova Iorque, os números 96 e 98 em St. Mark's Place, na East Village. Na realidade os prédios têm cinco andares, mas a fotografia foi manipulada para que parecessem ter apenas quatro, o que facilitava o seu enquadramento no formato quadrado da capa do álbum. A fotografia da capa foi tirada durante o dia, enquanto a da contra-capa mostra os prédios de noite. O nome da banda foi incluído na parte superior do prédio, com um *lettering* que parece esculpido no próprio edifício.²

3 Uma curiosidade: o emoji de “cantor” presente no sistema operativo iOS da Apple e lançado em novembro de 2016 tem pintado na cara um raio idêntico ao de Bowie, algo que mostra o quanto influente a capa de *Aladdin Sane* foi e continua a ser.

4 Uma curiosidade: os prédios são os mesmos que aparecem no vídeo de “*Waiting on a Friend*” dos Rolling Stones, filmado em 1981, seis anos depois do lançamento de *Physical Graffiti*.



Figura 37 - Capa de *Physical Graffiti*, dos Led Zeppelin

À semelhança de Led Zeppelin III, a capa de *Physical Graffiti* é “interativa”: as janelas do prédio foram recortadas para que através delas fosse possível ver as sleeves interiores, criadas pelo designer Mike Doud, decoradas com várias imagens. Existem quatro combinações possíveis de sleeves e capa, sendo possível ver figuras como Neil Armstrong, King Kong, Judy Garland e até os membros da banda vestidos de mulher. O *packaging* contém ainda uma folha com os créditos do álbum e a lista de músicas. Essa folha tem as letras que soletram “*Physical Graffiti*” impressas em fotografias das janelas do prédio, visíveis através dos recortes da capa.

Os prédios da fotografia da capa ainda existem atualmente em Nova Iorque; ao longo dos anos, devido ao sucesso dos Led Zeppelin, tornaram-se um lugar de visita obrigatória para fãs da banda e de rock em geral.

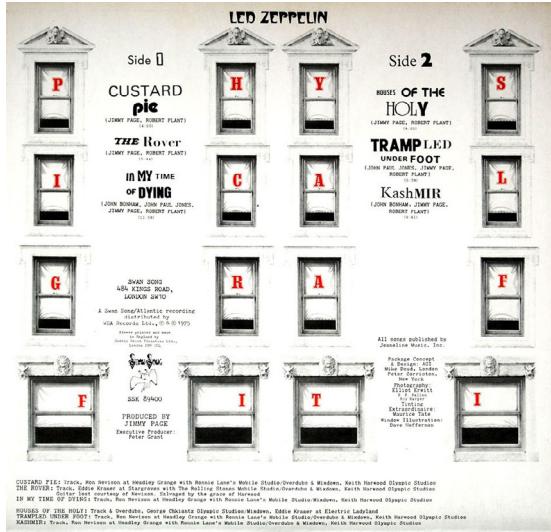


Figura 38 - Folha de créditos e lista de músicas de *Physical Graffiti*



Figura 39 - Contra-capa de *Physical Graffiti* sem nenhuma sleeve ou folha inserida

Wish You Were Here

Depois do sucesso de *The Dark Side of the Moon* e das digressões de promoção desse álbum, os Pink Floyd voltaram ao estúdio em 1975. No entanto, criar um álbum que sucedesse ao sucesso monumental de *The Dark Side of the Moon* não foi uma tarefa fácil: a banda tinha pouco material para o novo álbum e cada vez mais havia tensão entre os seus membros, particularmente entre Roger Waters e David Gilmour.

Lançado no dia 12 de setembro desse ano, *Wish You Were Here* consiste num conjunto de músicas cujo tema principal é “ausência”, em referência à crescente alienação do seu amigo e ex-colega Syd Barrett e à desonestidade e “vazio” da indústria musical (Giles, 2015c). O design do álbum ficou mais uma vez a cargo de Storm Thorgerson e Aubrey Powell dos Hipgnosis, em colaboração com George Hardie. Segundo Powell, a banda e os designers decidiram criar todo o packaging do álbum com base no mesmo conceito de ausência presente no conteúdo musical. Assim, a capa apresenta dois homens de negócios a dar um aperto de mão num complexo de estúdios de gravação de filmes, sendo que um dos homens está a arder. A fotografia, tirada nos estúdios da Warner Bros. em Burbank, na Califórnia, é uma representação da apatia e indiferença muitas vezes características da indústria de Hollywood. A capa consiste na fotografia centrada sobre um fundo branco, com uma pequena marca de queimadura no canto superior direito, dando a impressão que o branco da capa é uma moldura que ardeu nesse sítio, deixando ver mais da fotografia. Na versão norte-americana do álbum, a fotografia usada para a capa é outra, da mesma série que a fotografia original. Na versão original, inglesa, o homem que está a arder está inclinado para o outro homem; na versão americana está direito enquanto lhe aperta a mão.

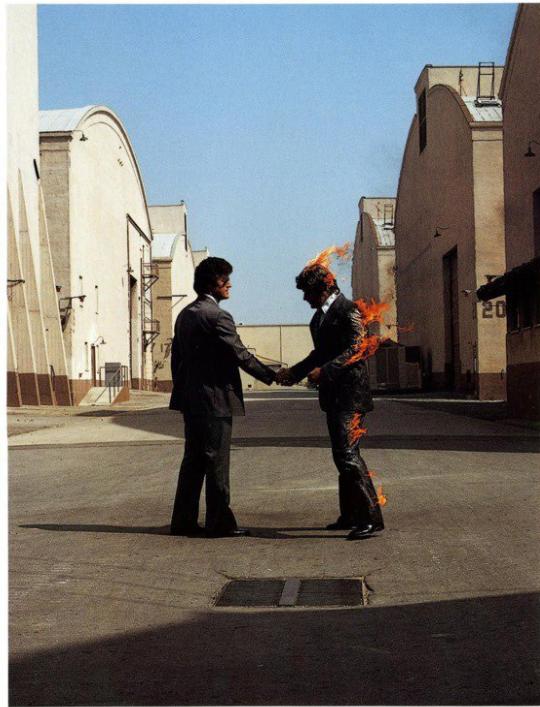


Figura 40 - Capa de *Wish You Were Here*, dos Pink Floyd

O interior do *packaging* continha um postal com uma fotografia de um homem a mergulhar num lago sem criar ondas nenhuma, simbolizando mais uma vez o conceito de ausência. No verso do postal está escrito, naturalmente, “*wish you were here*” (Grow, 2017). Na contra-capa é possível observar um vendedor de discos num deserto com uma cópia de *Wish You Were Here* na mão. O homem tem a cara tapada e é aparentemente invisível, sendo impossível ver os seus pulsos ou tornozelos. A fotografia dá assim a sensação de estarmos a ver um “fato vazio”, trocadilho com “*empty suit*” em Inglês, que é usado para descrever homens de negócios indiferentes que são insensíveis e só se interessam por vender o seu produto (Fowle, 2013).

O “toque final” no conceito de ausência presente em todo o álbum e *packaging* foi o facto de o álbum ter sido embrulhado em celofane opaco preto (azul escuro, na versão americana) quando foi comercializado. O plástico impedia que a capa e contra-capa fossem vistas antes de o álbum ser comprado, sendo que o único elemento que identificava *Wish You Were Here* era um autocolante com o nome da banda e do álbum escritos numa ilus-

tração dos quatro elementos naturais sobre a qual se podia observar duas mãos mecânicas num aperto de mão. Esta decisão dos designers constituiu uma grande dificuldade de promoção do álbum para a editora discográfica, que se tentou opor à utilização do plástico. No entanto, a banda impôs a decisão dos designers como já tinha feito em *The Dark Side of the Moon* e a decisão estética e conceptual de Thorgerson e Powell prevaleceu em relação aos receios da editora (Grushkin, 2009, p. 70).



Figura 41 - Contra-capas de *Wish You Were Here*



Figura 42 - *Wish You Were Here*, embrulhado em celofane preto com o autocolante

Presence

Gravado e produzido em menos de vinte dias no fim de 1975 e lançado a 31 de março de 1976, *Presence* é o sétimo álbum dos Led Zeppelin. É um álbum de análise e reflexão da própria banda, uma vez que foi gravado durante um período difícil para os seus membros: o vocalista Robert Plant tinha estado envolvido num grave acidente de automóvel com a sua família apenas alguns meses antes e, consequentemente, estava a passar por um longo processo de recuperação e confinado a uma cadeira de rodas (DeRiso, 2016).

Jimmy Page contactou Aubrey Powell dos Hipgnosis para que ele e o seu parceiro de trabalho Storm Thorgerson tratassem do design do álbum, como já tinha feito com *Houses of the Holy*. Quando Powell lhe pediu mais detalhes sobre o novo álbum, Page respondeu que ainda não tinham um título nem música para que os designers se inspirassem.

Após algum tempo de *brainstorming*, a dupla de designers propôs como capa uma fotografia de uma “família perfeita” sentada à mesa com um objeto preto à sua frente, a olhar para ele como se este fosse uma fonte de energia. Para complementar o conceito da capa, no interior do gatefold estava impressa uma série de fotografias da revista *National Geo-*

graphic dos anos 50 que retratavam o dia-a-dia de várias pessoas, em que Powell pintou a forma do Objeto, incorporando-o no quotidiano dessas pessoas e transformando-o em algo que era essencial para viver; um símbolo de poder. A contra-capa mostra uma professora numa sala de aulas a ensinar duas crianças através do Objeto.



Figura 43 - Capa de *Presence*, dos Led Zeppelin

Os designers consideravam que o Objeto era uma boa analogia para os Led Zeppelin (algo que representava energia e poder) e, quando apresentaram a proposta para o packaging do álbum à banda, Jimmy Page concordou imediatamente que aquilo representava exatamente os seus sentimentos naquela fase da sua carreira.

O Objeto era originalmente feito em cartão e veludo (Grow, 2017) mas os designers sentiram que era necessário produzir algumas estátuas de qualidade profissional para a sessão fotográfica do álbum. Depois de verem o produto final a banda decidiu produzir 1000 exemplares numerados do Objeto e enviá-los a fãs como estratégia de promoção do álbum. As estátuas vinham embaladas numa caixa de cartão com autocolantes que identificavam

o Objeto e a editora Swan Swong e tinham gravado na base o nome da banda, do álbum, da editora da banda e o número de cada exemplar (Rossell, 2009b).

O título do álbum foi decidido depois do design estar finalizado e influenciado por este. Segundo Page, a banda considerou chamar *Obelisk* ao álbum, em referência ao objeto (que mais tarde ficou conhecido apenas como *The Object*), mas acabaram por escolher *Presence* por considerarem que havia uma força poderosa (uma “presença”) em torno da banda, quer pelo período difícil por que estavam a passar que acabou por se revelar inspirador para o novo álbum quer pelo status e sucesso que os Led Zeppelin já tinham atingido com os seus dois álbuns anteriores, *Led Zeppelin IV* e *Houses of the Holy* (Grushkin, 2009, p.128).



Figura 44 - Uma estátua do Objeto de *Presence*



Figura 45 - Contra-capas de *Presence*

Animals

O décimo álbum dos Pink Floyd, *Animals*, quebrou um pouco com a tradição experimental dos seus álbuns anteriores no sentido em que é o álbum mais “pesado” da banda, uma resposta ao punk, que se tornava cada vez mais popular e que assumia uma posição anti-conceptual e simplista, criticando os excessos criativos de bandas como os Pink Floyd. Lançado a 23 de janeiro de 1977, *Animals* é a grande obra do baixista da banda, Roger Waters, responsável por quase todo o processo criativo do álbum. Durante a gravação do álbum, as relações entre os membros da banda continuavam a piorar, tendo o teclista Richard Wright referido que sentia que a banda estava a perder a sua união (DeRiso, 2017).

Roger Waters decidiu também ser ele próprio a tratar do design do álbum, em colaboração com a dupla de design Hipgnosis. De acordo com Aubrey Powell, membro fundador do grupo de design, Waters telefonou-lhe a explicar a ideia que tinha tido de usar a central termoelétrica de Battersea, situada na margem sul do rio Tamisa em Londres, para fazer

algo para a capa de *Animals*. Uma vez que os Pink Floyd tinham encomendado um porco insuflável para uma digressão de promoção do álbum, Powell e Waters decidiram prender o porco às chaminés de Battersea e usar uma fotografia desse cenário a ocupar toda a superfície da capa e contra-capá do álbum.



Figura 46 - Capa de *Animals*, dos Pink Floyd

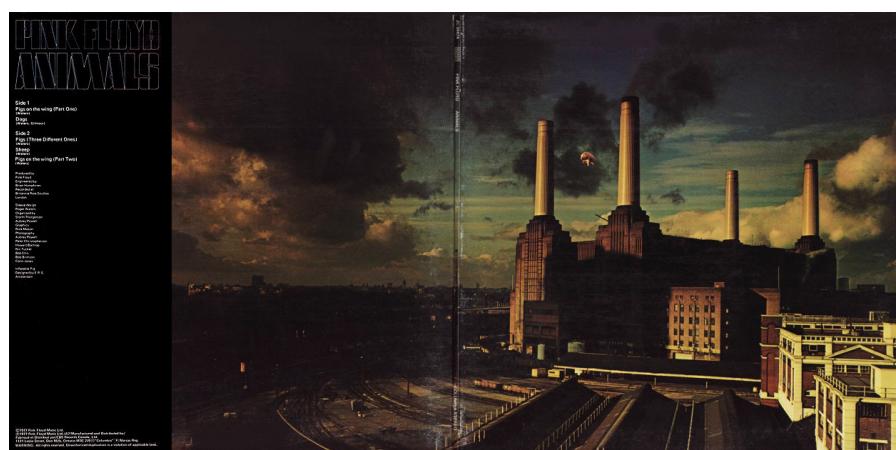


Figura 47 - Ilustração completa para *Animals*

No entanto, a sessão fotográfica não correu como previsto: apesar de, na opinião de Powell, o céu estar deslumbrante o porco não insuflava, pelo que o designer acabou por fotografar apenas a central. Quando finalmente se conseguiu insuflar o porco e preparar tudo para a sessão começar, os cabos que prendiam o insuflável às torres da central soltaram-se e o porco voou pelos céus de Londres fora.

O porco insuflável acabou por flutuar para a zona do aeroporto de Heathrow, causando o cancelamento de alguns voos. Aubrey Powell foi detido quando as autoridades perceberam que era responsável pela sessão fotográfica e pelo insuflável e a banda pôs um anúncio nas estações de rádio a pedir informações sobre o porco insuflável. Eventualmente um agricultor de Kent, no sul de Inglaterra, telefonou para o número do anúncio a dizer que o porco tinha ido parar à sua quinta e estava a assustar as suas vacas.

Apesar de todo este percalço a central de Battersea concordou que os Hipgnosis fizessem mais uma sessão fotográfica, na condição de levarem um atirador para o caso de o porco “fugir” outra vez. Aubrey Powell finalmente conseguiu a fotografia do porco a voar entre as torres de Battersea, mas o céu não estava tão dramático como no primeiro dia, pelo que a fotografia final acabou por ser uma composição da fotografia da central tirada no primeiro dia e do porco do último dia (Bonner, 2013).

O porco insuflável de *Animals* tornou-se tão simbólico da banda Pink Floyd que o museu *Victoria & Albert* decidiu prender uma réplica do insuflável ao telhado da sua galeria em agosto de 2016, no âmbito do anúncio de uma nova exposição sobre a carreira da banda (Furness, 2016).

In Through the Out Door

In Through the Out Door é o oitavo álbum da banda Led Zeppelin e o ultimo álbum composto apenas por novo material, lançado em agosto de 1979. O seu sucessor e último álbum de originais da banda, *Coda*, é uma coleção de canções de outros álbuns que acabaram por não ser usadas no produto final (Giles, 2014).

No Verão de 1977, enquanto a banda estava em digressão pelos Estados Unidos, o filho de cinco anos de Robert Plant faleceu devido a uma infecção. A digressão foi imediatamente cancelada quando o vocalista recebeu a notícia e decidiu voltar para casa, no Reino Unido, para estar com a sua família (Giles, 2015d).

A banda entrou então num período de hiato em que Plant lidou com a sua dor e refletiu sobre a sua posição e o seu futuro na banda. Eventualmente, durante o ano de 1978, os Led Zeppelin juntaram-se num estúdio em Estocolmo e participaram em várias sessões de gravação de novo material. Quando a banda finalmente tinha músicas suficientes para um novo álbum, já se tinham passado quase três anos desde o seu último lançamento (Giles, 2014).

Devido a todos estes fatores, Peter Grant, manager da banda, assumiu a responsabilidade de aumentar a expectativa do público em relação ao novo álbum. Apesar de se terem passado três anos desde o lançamento de *Presence*, ou talvez por causa disso, os Led Zeppelin continuavam a ser uma das maiores bandas do mundo. Grant, numa conversa com o designer Aubrey Powell (membro do grupo Hipgnosis, responsável pelo design do álbum), referiu em tom de brincadeira que podiam simplesmente limitar-se a embrulhar o álbum em papel *kraft* e este iria vender bem. (Giles, 2014).

O único pedido em relação ao design do álbum que os membros da banda fizeram a Aubrey Powell e Storm Thorgerson, o seu parceiro de trabalho, foi que fizessem algo mais simples do que os seus trabalhos anteriores, para *Presence* e *Houses of the Holy*. Depois de ouvirem a música do álbum, os designers decidiram criar algo que homenageasse as raízes *rhythm and blues* da banda, usando uma cena num bar, em que um homem queima um pedaço de papel ao balcão (que pela ilustração da *sleeve* se pode concluir ser uma carta de fim de relação), para a capa do álbum.



Figura 48 - Uma das capas (versão B) de *In Through the Out Door*, dos Led Zeppelin

Powell, depois de fotografar alguns bares nos Estados Unidos, voltou a Inglaterra e recomendou um cenário baseado num bar em Nova Orleães, para que pudesse criar uma história e personagens para a fotografia. Os designers acabaram por criar seis personagens para a capa, entre elas o bartender, o pianista e um homem embriagado que conta o seu dinheiro. Quando discutiram a sua ideia e as personagens com a banda, Powell e Thorgerson sugeriram fazer seis capas diferentes, cada uma da perspetiva de uma personagem diferente, sendo essa ideia aprovada (Donlon, 2010).

A contra-capas mostrava o ponto-de-vista oposto ao da capa, pelo que apesar de haver seis capas diferentes, pode-se considerar que existem três pares de capa/contra-capas diferentes, uma vez que os pontos-de-vista se repetem. As fotografias são, no entanto, todas diferentes pois as fotografias dos pontos-de-vista que se repetem têm ligeiras diferenças na posição das personagens.



Figura 49 - Todas as capas e contra-capas de *In Through the Out Door* identificadas por letras. Em cada par a capa encontra-se em cima e a contra-capá em baixo.

A *sleeve* que continha o disco consistia numa ilustração em tons de cinzento do balcão do bar, referente ao homem que queima a carta que se pode ver na capa. Esta *sleeve* tinha uma característica fora do ordinário: ao molhar a ilustração esta mudava de cor, passando de tons de cinzento para vários tons pastel.

O álbum era ainda embrulhado em papel *kraft* (acabando por concretizar a ideia jocosa de Peter Grant) estampado com o nome da banda e do álbum na frente e a lista de músicas no verso. O embrulho de papel fazia com que os fãs álbum não soubessem qual das seis capas do álbum estavam a comprar, concluindo assim uma brilhante e interessante estratégia de marketing.



Figura 50 - *Sleeve* de *In Through the Out Door*, versão original



Figura 51 - *Sleeve* de *In Through the Out Door* depois de ser molhada



Figura 52 - Embrulho de papel *kraft* de *In Through the Out Door*

The Wall

Se *The Dark Side of the Moon* é o álbum dos Pink Floyd mais vendido e com a capa mais reconhecível, *The Wall*, um importante álbum conceptual na carreira da banda, contém a música que é possivelmente a mais famosa do seu repertório, “*Another Brick in the Wall Part 2*”.

Lançado a 30 de novembro de 1979 após um processo de gravação e produção que teve início em 1978, *The Wall* lida com temas de abandono, alienação e isolamento. A inspiração para o tema do álbum veio do que Roger Waters sentiu na digressão de promoção de *Animals*: o público era rebelde e indisciplinado e estava mais interessado em socializar do que em ouvir a banda, pelo que Waters criava uma “parede” imaginária entre si e o público, isolando-se do ambiente disruptivo dos concertos. Tal como aconteceu com *Animals*, Roger Waters foi o grande responsável por *The Wall*, escrevendo sozinho a história e 22 das 26 músicas do álbum.

Durante a gravação do álbum as relações frágeis entre Waters e os restantes membros da banda pioraram ainda mais, culminando na expulsão da banda do teclista Richard Wright (Gallucci, 2014).

O imaginário visual criado para *The Wall* contribuiu para o sucesso do álbum e da sua digressão de promoção, cujos concertos apostavam numa forte componente visual e teatral baseada no design do álbum.

A capa e contra-capa do álbum, uma colaboração entre Roger Waters e o ilustrador britânico Gerald Scarfe (que cerca de 20 anos mais tarde seria responsável pelo design de personagens do filme Hércules da Disney), são extremamente simples: uma parede branca feita de tijolos sem qualquer texto à exceção da informação relativa à editora discográfica e aos direitos de autor do álbum, presentes em tamanho reduzido na contra-capa. No exterior, o álbum era identificado apenas por um autocolante transparente na capa, que continha o nome do álbum juntamente com o nome da banda escritos à mão pelo designer (em edições posteriores do álbum o *lettering* era impresso diretamente na capa, tendo o autocolante sido abandonado).



Figura 53 - Capa de *The Wall*, dos Pink Floyd

A riqueza do *packaging* de *The Wall* baseia-se nas ilustrações que Scarfe criou para ilustrar a história do álbum. No interior, a parede branca está incompleta e através dela é possível ver o mudo de que Pink, o protagonista, se isolava, um pouco como em *Tommy*, lançado pelos *The Who* em 1969.



Figura 54 - Interior de *The Wall*

Durante o decorrer da história do álbum Pink lidava com personagens como a sua mãe, estrita e autoritária, o seu professor tirânico e a sua mulher infiel. Essas personagens estão representadas no interior do *gatefold*, tendo sido também transformadas em enormes fantoches para a digressão de *The Wall* (Kennedy, 2016).

Também no interior, as *sleeves* dos discos usam o mesmo design da parede branca, tendo as letras das músicas do álbum completamente escritas à mão por Scarfe, à semelhança do *lettering* do título do álbum.

No entanto, a imagem mais famosa do universo de *The Wall* é a ilustração dos martelos, presente no interior da capa. Segundo o próprio Scarfe, a ideia a transmitir era a de insensibilidade e opressão. O martelo foi o objeto escolhido para essa representação por ser aquilo que o designer considerava mais violento e implacável, evocando também o movimento fascista e enfatizando a mensagem de opressão que Waters queria transmitir (Goldstein, 2007b).



Figura 55 - Hammers de Gerald Scarfe presente em *The Wall*, aqui vista no vídeo de “Another Brick in the Wall Part 2”

CAPÍTULO 5 - PUNK

O advento do punk no *mainstream*, em 1976-77, trouxe grandes mudanças à indústria musical, incluindo o design do *packaging* de álbuns. Aubrey Powell, membro dos Hipgnosis, destacou a capa de *Never Mind the Bollocks Here's the Sex Pistols*, lançado pelos Sex Pistols em 1977, pela inovação e influência do seu design em todo o panorama musical. O design de *Never Mind the Bollocks*, que continha recortes de jornal a formar o texto desejado sobre fundos de cores sólidas néon (amarelo na capa e cor-de-rosa na contra-capas), rompia com tudo o que tinha sido feito em termos de design de álbuns até então, incluindo pelos próprios Hipgnosis. De repente uma atividade que custava às editoras milhares de dólares e libras passou a ser exequível com um orçamento muito mais reduzido, enquadrando-se na mentalidade “*do it yourself*” (DIY) do movimento punk, como referiu Powell numa entrevista com Anna Horan (Horan, 2015).

Com o punk veio também um aumento de popularidade dos *singles*, discos de vinil de 7 polegadas que contêm apenas uma música em cada lado. Embora também existissem durante o período de “ouro” do rock, a faceta DIY do punk justificava esse aumento de popularidade dos *singles*, uma vez que eram objetos fáceis e baratos de produzir. Isso traduz-se naturalmente num maior número de objetos gráficos interessantes relacionados com eles, e não apenas com álbuns de estúdio.

Com a crescente prevalência do CD em relação ao disco de vinil a partir de meados da década de 80, o design de capas de álbum perdeu um elemento importante: a luxuosa “tela”, que passou de 12 polegadas / 30 cm (o tamanho comum do *packaging* de um álbum) ou 7 polegadas / 17 cm (o tamanho comum dos *singles*) para 12 cm.

Assim, as capas criadas no período em que o CD se tornou mais popular respondiam a novos desafios com que os designers tinham que lidar, principalmente devido à redução do tamanho da tela (Heller, 2010, p.225, 226).

Horses

Horses, o álbum de estreia da americana Patti Smith lançado em dezembro de 1975, teve um papel fundamental na explosão do punk. Embora a artista não considere que ela própria ou a sua música tenham sido punk, o seu álbum de estreia marcou a transição entre o período áureo do rock e o advento do punk *mainstream*, sendo a sua influência inegável.

No entanto, ao contrário da maior parte dos álbuns punk, *Horses* não pregava a ruptura com o passado, mas sim celebrava a história do rock até então, pretendendo salvá-lo da decadência para a qual o movimento se direcionava.

A importância do álbum de Patti Smith para o movimento punk traduz-se principalmente no seu espírito do *it yourself* (DIY) e na sua influência numa nova geração de músicos e artistas nas décadas seguintes.

Também a capa de *Horses* reflete o espírito DIY. Consistindo apenas numa fotografia a preto e branco da cantora em frente a uma parede branca, tirada pelo fotógrafo seu amigo Robert Mapplethorpe, a capa é bastante marcante pela sua simplicidade. A fotografia foi tirada de maneira a aproveitar a luz natural de um apartamento da Greenwich Village, em Nova Iorque. A simplicidade e androginia da fotografia fizeram com que a editora discográfica com que Patti Smith tinha contrato tenha tentado alterá-la para algo mais feminino, algo que Smith não permitiu que acontecesse (Morrisroe, 1995, p.157-161).

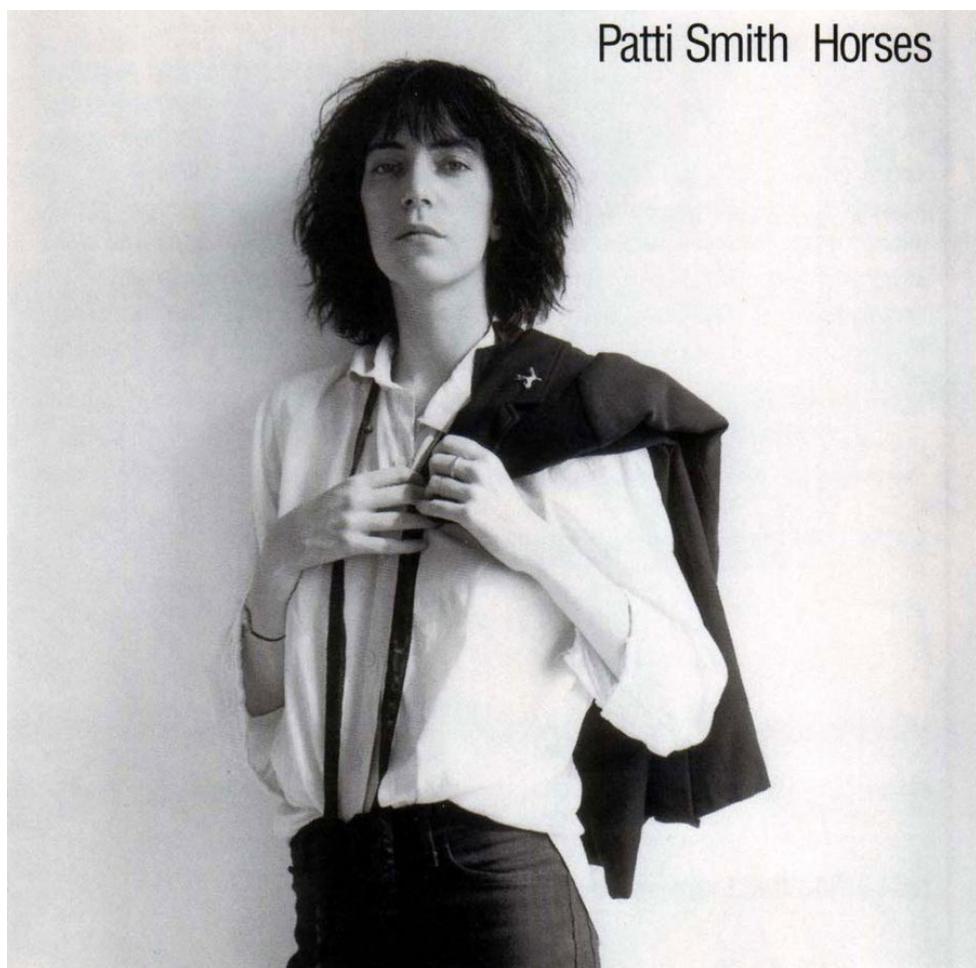


Figura 56 - Capa de *Horses*, de Patti Smith

O design do álbum, a cargo de Bob Heimall, complementa a fotografia de Mapplethorpe na perfeição. Na capa, além da fotografia de Smith, apenas se encontra um pequeno apon-tamento tipográfico (simples, em Helvetica Condensed) no canto superior direito que identifica a artista e o álbum (Jacobs, 2010). Na contra-capa quatro fotografias a preto e branco dos membros da banda de Smith, também da autoria de Mapplethorpe, simultaneamente contrastam e complementam a fotografia da artista na capa, devido à utilização de

um fundo preto em vez de branco. A contra-capa inclui ainda um poema de Patti Smith, a lista de músicas e os créditos e informação referentes à produção do álbum e à editora discográfica.

Ramones

Embora o punk seja normalmente associado ao Reino Unido, os seus artistas mais influentes eram, inicialmente, oriundos da “cena” musical de Nova Iorque. Os Ramones são indiscutivelmente a banda mais importante para o movimento punk rock a emergir da cidade norte-americana e do icónico clube CBGB, onde Patti Smith também tocava regularmente.

A enorme influência da banda no novo movimento musical deve-se ao facto de a sua música romper com tudo o que era tradicional no rock na altura e voltar às origens do género musical (ironicamente, acabando por criar um novo género). Enquanto que o rock se tinha tornado algo demasiado produzido e um pouco artificial, o punk baseava-se em músicas rápidas e musicalmente simples, ignorando as experimentações musicais e extravagâncias visuais do rock progressivo de bandas como Pink Floyd.

Os quatro membros da banda (o vocalista Joey, baixista Dee Dee, guitarrista Johnny e baterista Tommy) adotaram o apelido Ramone para as suas “personagens” na banda, formando assim os Ramones, inspirados por um antigo pseudónimo de Paul McCartney que durante uma tour em 1960 adotou o nome “Paul Ramon” (Rossell, 2013).

Lançado a 23 de abril de 1976, *Ramones* é tão importante graficamente quanto musicalmente. A ideia original para a capa era inspirada pela marcante fotografia a preto e branco da autoria de Robert Freeman presente na capa de *Meet the Beatles*, dos Beatles.

A editora chegou mesmo a gastar grande parte do orçamento do álbum na sessão fotográfica para a capa do álbum, mas os resultados foram insatisfatórios e a banda abandonou essa ideia. A solução escolhida para o problema da capa do álbum fazia parte de uma sessão fotográfica que a banda tinha feito com Roberta Bayley, fotógrafa da revista Punk (Runtagh, 2016).

Segundo Bailey, a fotografia escolhida capturou um (raro) momento perfeito entre frames medíocres em que a banda adotou uma pose em que os seus membros pareciam estar o mais alinhados possível (uma vez que existia uma grande diferença de alturas entre eles). A simples imagem tornou-se tão icónica que existem inúmeras paródias e tributos que mostram bandas em casacos de cabedal e calças de ganga em frente a uma parede de tijolo (Leigh, 2009, p.138).

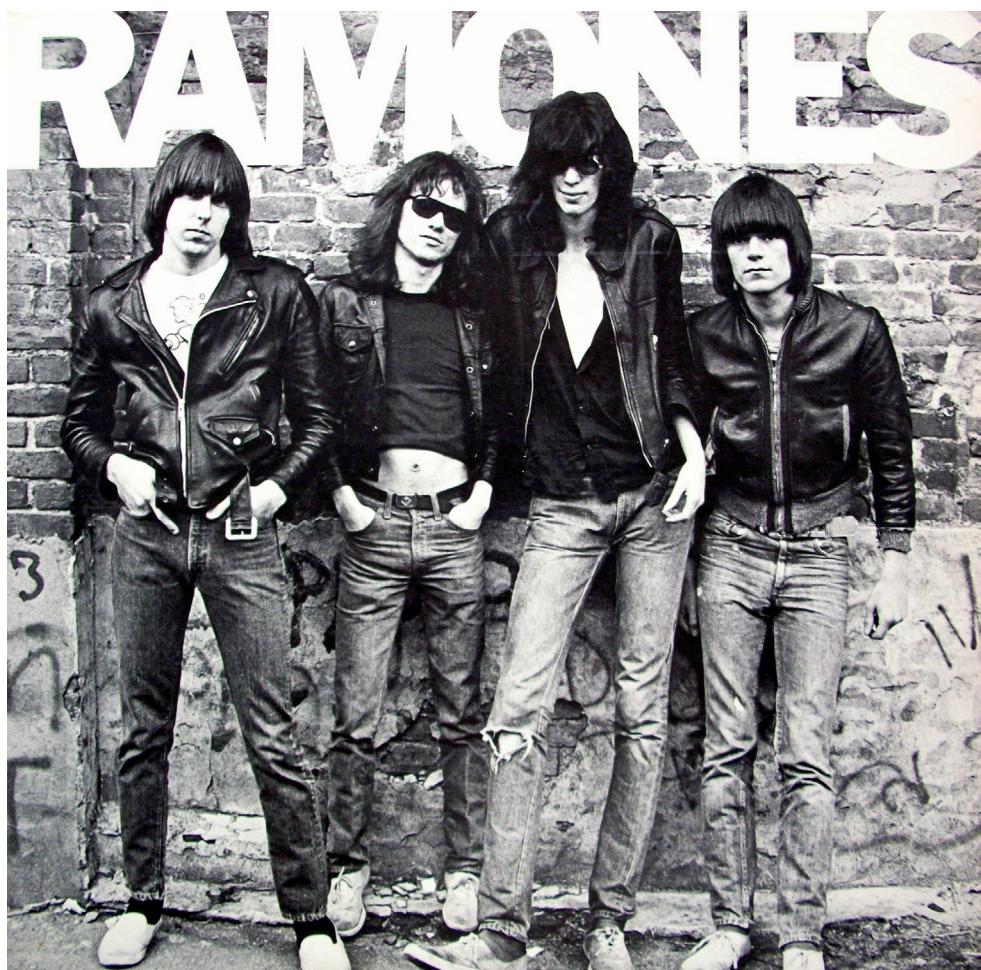


Figura 57 - Capa de *Ramones*, dos Ramones

Para além da fotografia, o único elemento gráfico na capa era a palavra “*Ramones*” escrita em Franklin Gothic alinhada com o topo da capa, por trás das cabeças dos membros da banda (Sherman, 2015). Esse tipo de letra revelar-se-ia extremamente importante para os Ramones ao longo dos anos, sendo usada em inúmeras capas de álbuns e objetos de *merchandise*, como as famosas t-shirts com o logotipo e nome da banda vendidas em lojas de *fast fashion*.



Figura 58 - A icónica t-shirt com o logotipo dos Ramones

A contra-capa contém, na parte superior, a lista de músicas e os créditos da produção do álbum sobre um fundo de cor creme. Na parte inferior é possível ver uma imagem estilizada do cós de umas calças com um cinto cuja fivela é uma águia, algo que mais tarde serviu de inspiração para o logotipo da banda, talvez a sua herança mais duradoura, ainda mais do que a música.

A lista de créditos não inclui um para o design do álbum, mas atribui a fotografia da contra-capa a Arturo Vega, o diretor artístico da banda desde 1974. Russ Bestley e Alex Ogg referem que é provável que o design da capa e de todo o *packaging* tenha sido da responsabilidade de Veja, uma vez que este colaborava frequentemente com a banda (Bestley & Ogg, 2014, p. 26-27).



Figura 59 - Contra-capa de *Ramones*

God Save the Queen

Os Sex Pistols foram talvez a banda mais marcante do punk inglês, quer em termos musicais quer em termos gráficos.

Em 1977 a banda assinou contrato com a Virgin Records e Richard Branson, dono e chefe do grupo Virgin, decidiu lançar o *single* *God Save the Queen* aquando do Jubileu de Prata da Rainha Elizabeth II, o “alvo” da música da banda. Devido à letra e capa do *single*, cujo design é da autoria de Jamie Reid, a música criou controvérsia e algumas estações de rádio recusaram-se a tocá-la, como refere James Hall, crítico de música do Telegraph (Hall, 2017).

Reid criou duas versões da capa, ambas baseadas na fotografia oficial da Rainha da autoria do fotógrafo Real, Peter Gruegeon. A versão utilizada, com o título da música a tapar os olhos da Rainha e o nome da banda a tapar a sua boca, e uma versão com cruzes suásticas sobre os olhos da Rainha e um alfinete-de-ama a atravessar a sua boca. Esta última versão foi banida pela editora da banda na altura, a A&M, editora anterior à Virgin Records, e foi utilizada mais tarde num poster distribuído em Espanha.



Figura 60 - Capa de *God Save the Queen*, dos Sex Pistols

A capa do *single* lançado pela Virgin Records consiste na versão “politicamente correta” da imagem, a branco sobre um fundo azul elétrico. No verso, a lista das duas músicas do single utiliza o mesmo efeito tipográfico de “nota de resgate” (ou seja, com caracteres individuais recortados de várias revistas e jornais) utilizado no texto presente sobre a imagem da Rainha.

Jamie Reid fez ainda outros objetos promocionais do *single* que se apropriavam da imagem da Rainha, alguns deles compilados por Toby Mott e Rick Poyntor em *Oh So Pretty: Punk*

in Print 1976-1980. Entre eles encontram-se um famoso poster com a bandeira do Reino Unido (*Union Jack*) com o retrato da Rainha no centro e um autocolante que mostrava uma chávena de chá pousada sobre a cabeça da Rainha (Mott & Poynor, 2016, p. 124-129).



Figura 61 - O poster promocional de *God Save the Queen* com a *Union Jack*, um dos objetos gráficos mais marcantes do punk



Figura 62 - A versão banida da imagem criada por Jamie Reid

Never Mind the Bollocks Here's the Sex Pistols

Apesar da sua importância no panorama punk britânico, os Sex Pistols lançaram apenas um álbum de estúdio durante a sua curta carreira de três anos.

Com a controvérsia do single *God Save the Queen*, lançado em maio de 1977 durante as comemorações do Jubileu de Prata da Rainha, e as atitudes da banda em ações de promoção do mesmo, os Sex Pistols passaram a ser uma das bandas mais infames do Reino Unido. Aproveitando toda a (má) publicidade referente à banda, a editora Virgin Records decidiu lançar o que viria a ser o único álbum da banda, *Never Mind the Bollocks, Here's the Sex Pistols*, em outubro do mesmo ano.

Mais uma vez a banda ofendeu o público, tendo o governo britânico processado a editora discográfica por obscenidade, uma vez que *bollocks* é um termo popular para “testículos” (embora tenha também o significado de “*nonsense*”, o pretendido pela banda com o título do álbum). No entanto, a provocação não se ficava pelo título do álbum: também as letras das músicas eram obscenas e ofensivas e até mesmo o design da capa do álbum era provocatório. Da responsabilidade de Jamie Reid, designer “oficial” da banda, a capa consiste simplesmente no título do álbum sobre um fundo amarelo néon. A última parte do título, correspondente ao nome da banda, estava escrita ao estilo de “notas de resgate” (já característico da banda) sobre um fundo rosa-choque, criando assim uma capa gritante que amplificava a natureza barulhenta e provocatória do álbum e da banda.



Figura 63 - Capa de *Never Mind the Bollocks Here's the Sex Pistols*, dos Sex Pistols

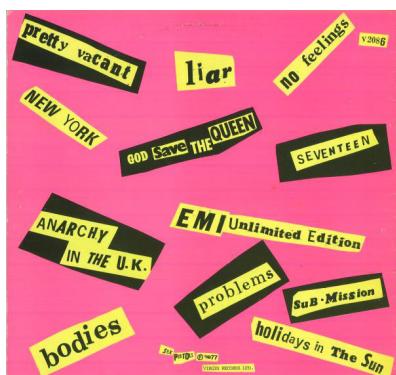


Figura 64 - Contra-capas de *Never Mind the Bollocks Here's the Sex Pistols*

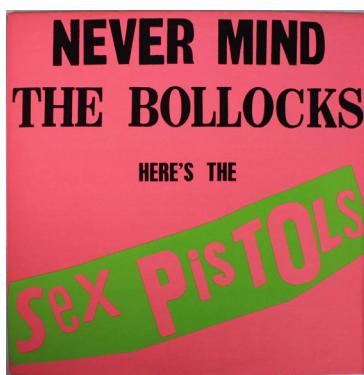


Figura 65 - Versão norte-americana da capa



Figura 66 - Versão norte-americana da contra-capas

Nos Estados Unidos o álbum, lançado pela editora Warner Brothers, tinha uma capa com cores diferentes: o rosa-choque foi substituído por verde néon e o amarelo por rosa néon. A contra-capas mantinha o mesmo esquema de cores da capa e continha apenas a lista de músicas, não-ordenada, escrita usando o mesmo efeito tipográfico de “nota de resgate” usado na capa.

Orgasm Addict

Orgasm Addict é o primeiro *single* da banda inglesa Buzzcocks a ser lançado pela editora United Artists, em novembro de 1977. A capa, cujo designer foi Malcolm Garrett, tem como elemento principal uma colagem da autoria da artista Linder Sterling.

A colagem mostra um corpo feminino com uma boca soridente a tapar cada um dos mamilos e um ferro de engomar no lugar da cabeça. Segundo a artista, foi feita|| a partir de um catálogo da loja Argos, de onde o ferro foi retirado, e de uma revista de fotografia chamada *Photo*, de onde o corpo foi retirado (Mott & Poynor, 2016, p. 274).

Devido a limitações económicas por parte da editora discográfica (que “deu autorização” ao designer para trabalhar com apenas duas cores) Malcolm Garrett aplicou um tratamento de cor, azul elétrico, à colagem de Sterling e colocou-a sobre um fundo amarelo vivo, estabelecendo assim a simples mas eficaz paleta de cores da capa do *single*.



Figura 67 - Capa de *Orgasm Addict*, dos Buzzcocks

O design de Garrett, inspirado pelo movimento da tipografia moderna e a Bauhaus, era uma tentativa consciente de diferenciação dos restantes gráficos do movimento punk. Segundo Garrett, essa escolha advinha do desejo de criar um visual próprio para os Buzzcocks, que representavam o punk de Manchester, diferenciando-o do de Londres, representado pelos Sex Pistols e The Clash.

Na contra-capa toda a tipografia foi conseguida através da utilização de impressão *letterpress*, enfatizando a componente DIY do punk e dos seus artistas e designers sem se aproximar do estilo tipográfico cliché do movimento (Sinclair, 2016).



Figura 68 - Contra-capa de *Orgasm Addict*

Unknown Pleasures

Inspirados após assistirem a um concerto dos Sex Pistols, os nativos de Manchester Ian Curtis, Peter Hook, Bernard Sumner e Stephen Morris criaram a banda Warsaw, mais tarde conhecida por Joy Division (Price, 2014). A banda apreciava os valores do punk, que rejeitavam o rock por este se ter tornado um estilo pretensioso, mas simultaneamente rejeitava os clichés e estereótipos que o próprio punk tinha adquirido desde a sua “explosão”. Assim, os Joy Division tornaram-se uma das bandas mais influentes de um novo género musical emergente, o post-punk, que pretendia voltar às origens do punk, rejeitando o sucesso comercial *mainstream* e as

suas limitações e celebrando a liberdade de experimentação que isso trazia.

Com essa liberdade musical veio também liberdade criativa para os artistas e designers responsáveis pelo material gráfico das bandas post-punk (Bestley & Ogg, 2014, p.98).

Tal como o álbum de estreia da banda, lançado em 1979, foi extremamente importante para o panorama musical, a sua capa foi inovadora e marcante no panorama gráfico. A simples imagem da capa tornou-se um ícone da cultura popular: tal como o logotipo dos Ramones, a capa de *Unknown Pleasures* é a base de uma t-shirt muito mais popular do que a banda alguma vez foi, que se encontra em lojas de *fast fashion* pelo mundo fora.

O responsável pelo design da icónica capa foi Peter Saville, designer da famosa editora discográfica de Manchester Factory Records, da qual os Joy Division eram o grande nome. Criada por Tony Wilson e Alan Erasmus em 1978, a Factory Records foi tão importante em termos musicais como gráficos: Peter Saville tinha liberdade para criar os objetos gráficos da editora, que tinham uma estética consistente e muitas vezes continham em destaque o número desse objeto no catálogo da editora (que incluía sítios e edifícios importantes para a editora e objetos gráficos como posters e não apenas álbuns e singles), algo não muito comum (Cofer, 2010).



Figura 69 - Capa de *Unknown Pleasures*, dos Joy Division

Segundo Saville, a capa de *Unknown Pleasures* foi o único o objeto para o qual os Joy Division contribuíram com ideias que gostariam que fossem incorporadas. Saville recebeu do manager da banda, Rob Gretton, um dossier com ideias e materiais, onde se encontrava uma imagem da *Cambridge Encyclopedia of Astronomy*. A imagem mostra 80 linhas que formam “ondas” e consiste na visualização da energia e radiação emitidas pela primeira estrela pulsar a ser descoberta, designada CP 1919 (Grundy, 2011).

A imagem original consiste nas linhas a preto sobre o fundo branco da página da encyclopédia, mas Saville decidiu inverter as cores da imagem e reduzir o seu tamanho, centrando-a na capa negra do álbum, cujo material era um cartão texturado.

A capa consiste apenas na imagem, “emoldurada” pelo fundo preto. Saville tomou a decisão consciente de não incluir o título nem o nome da banda na capa, guardando essas informações para a contra-capa que, por sua vez, não tinha a lista de músicas, como era habitual em contra-capas de álbuns. A única informação que se encontra na contra-capa, centrada e em tamanho reduzido, é o nome da banda e título do álbum e o número de catálogo da editora, FACT 10, juntamente com o texto “*A Factory Records Product*”.

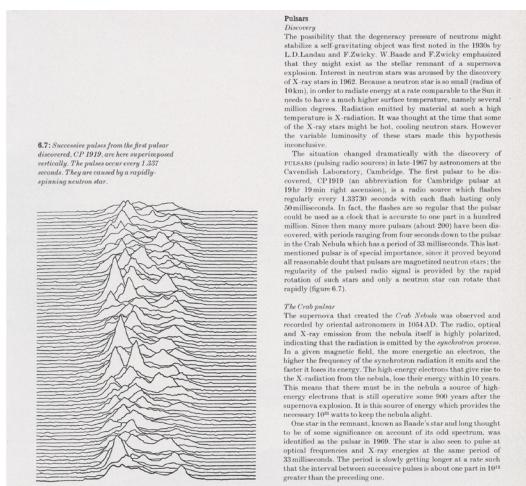


Figura 70 - Figura usada na capa de *Unknown Pleasures*, presente na *Cambridge Encyclopedia of Astronomy*



Figura 71 - Contra-capa de *Unknown Pleasures*

London Calling

A capa do terceiro álbum dos ingleses The Clash é uma representação perfeita da essência e atitude da banda e, uma vez que esta é uma das mais famosas bandas punk inglesas, dos valores do movimento punk em si. A “peça central” da capa é uma fotografia a preto e branco do baixista Paul Simonon em palco a partir o seu baixo contra o chão.

Em setembro de 1979 a banda deu um concerto no Palladium, em Nova Iorque, com grandes expectativas em relação à cidade e à sala de espetáculos, uma vez que a cidade era o berço

do punk americano. No entanto, a atitude do público do concerto desiludiu e enfureceu os membros da banda, que esperavam um público selvagem e descontrolado e em vez disso encontraram um público calmo e apático. Num momento de frustração, Simonon decidiu bater com o seu baixo contra o palco.

O momento foi capturado pela fotógrafa Pennie Smith que ficou insatisfeita com a composição da fotografia e com o facto de esta ter ficado desfocada. No entanto, quando o vocalista Joe Strummer viu a fotografia decidiu que era perfeita para a capa do novo álbum da banda, que seria lançado em dezembro desse ano, devido à sua energia bruta (Brocca, 2017).

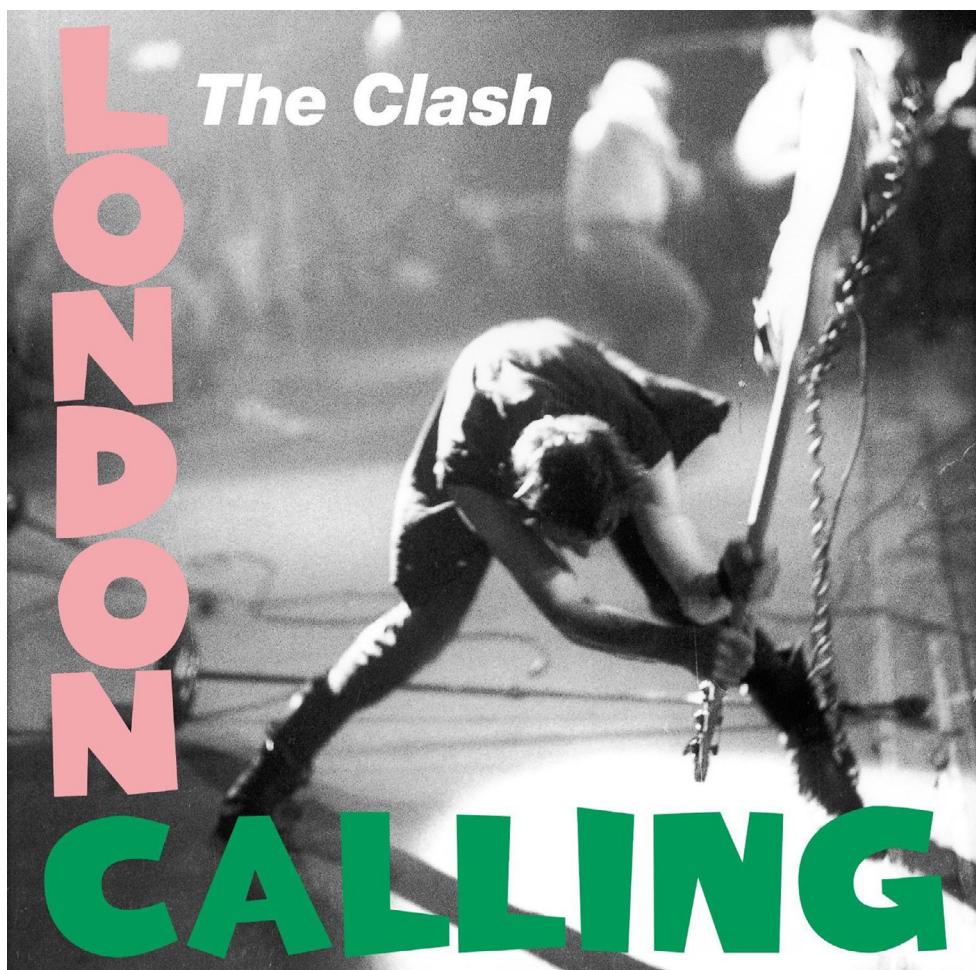


Figura 72 - Capa de *London Calling*, dos The Clash

Ray Lowry, responsável pelo design da capa, adicionou à fotografia de Smith o nome da banda em discretas letras brancas e o título do álbum em letras cor-de-rosa e verdes que enquadravam a fotografia. A tipografia e o esquema de cores escolhidos para o título do álbum são uma referência direta e, segundo o próprio Lowry, uma homenagem à capa do álbum de estreia de Elvis Presley, lançado em 1956 (Stafford, 2015a).

A capa de London Calling é, assim, uma representação perfeita dos valores que o punk

defendia: a fotografia de Pennie Smith mostra a espontaneidade e atitude dos The Clash e o design de Ray Lowry presta homenagem ao rock ‘n’ rol, o género antepassado do punk de que a banda se pretendia aproximar, considerando que o rock dos anos 70 se tinha tornado algo pretensioso e demasiado complicado.

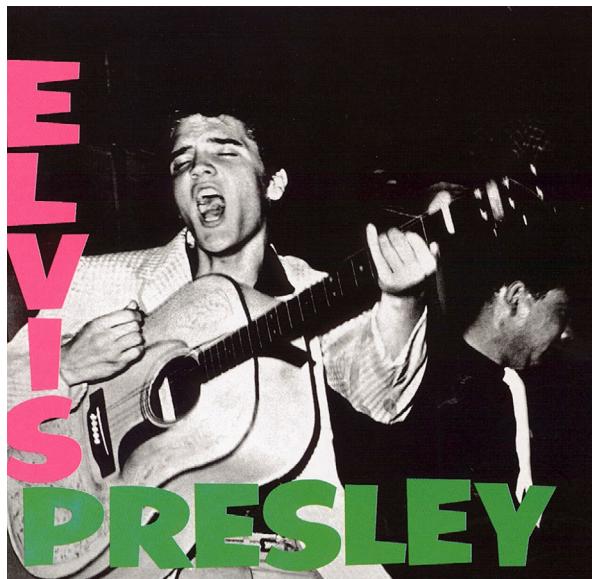


Figura 73 - Capa de *Elvis Presley*, de Elvis Presley

Power, Corruption & Lies

A 18 de maio de 1980, no dia antes de os Joy Division partirem para a sua primeira digressão norte-americana, o vocalista Ian Curtis cometeu suicídio, pondo fim não só à sua vida mas também à sua banda. Por respeito a Curtis, os restantes membros da banda, Bernard Sumner, Peter Hook e Stephen Morris, acabaram oficialmente com os Joy Division, juntaram-se com a teclista Gillian Gilbert e formaram uma nova banda, à qual chamaram New Order.

Power, Corruption & Lies, o segundo álbum da banda, foi lançado em maio de 1983, três anos depois do fim dos Joy Division e dois anos depois do lançamento do primeiro álbum dos New Order. Tal como muitos outros lançamentos da editora Factory Records (e como tinha acontecido também com os dois álbuns dos Joy Division), o design da capa do álbum ficou a cargo de Peter Saville. O designer apropriou uma imagem a partir de um postal da *National Gallery*, em Londres, que retratava o quadro oitocentista “*A Basket of Roses*” da autoria do pintor francês Henri Fantin-Latour. Segundo o próprio, as rosas representadas no quadro simbolizavam a maneira sedutora como o poder, corrupção e mentiras (*power, corruption and lies*, o título do álbum) entram na nossa vida.

A capa consiste apenas numa aproximação das rosas do quadro (cortando o fundo do quadro de maneira a que a imagem se enquadrasse melhor no formato quadrado da capa do álbum)

e uma barra com quadriláteros coloridos no canto superior direito, simultaneamente discreta e flagrante. Não existe menção à banda ou título do álbum em parte alguma da capa.



Figura 74 - Capa de *Power Corruption and Lies*, dos New Order



Figura 75 - Contra-capá de *Power Corruption and Lies*

Os quadriláteros fazem parte de um código de cores que Saville criou (e que já tinha utilizado no packaging do *single* Blue Monday, também dos New Order) que atribui uma cor ou combinação de cores a cada uma das letras do alfabeto e algarismos. O código era decifrado usando uma roda de cores que o designer incluiu na contra-capas de *Power; Corruption & Lies*. Como refere Amar Ediriwira num artigo sobre as capas dos New Order, os blocos coloridos presentes na capa soletram “FACT 75”, uma referência ao número do álbum no catálogo da Factory Records, mais uma vez demonstrando a peculiaridade da importância do catálogo da editora (Ediriwira, 2015).

No interior do *packaging*, a *sleeve* do disco era totalmente preta à exceção de uma barra com blocos coloridos na parte inferior, presente nos dois lados da sleeve. Usando a roda de cores na contra-capas do álbum, é possível decifrar o código da sleeve: “*New Order Power Corruption And Lies*”. No meio da barra colorida existe um intervalo onde se pode ler informações relativas ao quadro usado na capa do álbum.

Nevermind

No final dos anos 80/início dos anos 90 um novo género musical surgiu na costa noroeste dos Estados Unidos, em Seattle, no estado de Washington. Influenciado pelo punk quer na “anatomia” das suas músicas quer nos temas com uma componente social e política, o grunge foi o movimento musical que marcou a primeira metade dos anos 90.

As bandas grunge abordavam temas que os seus antecessores punk já tinham abordado, como o panorama político da altura e problemas sociais como o racismo, e acrescentavam outros problemas seus contemporâneos à sua lista de temas, como o feminismo e o liberalismo, a alienação e doenças mentais ou violação, refletindo o cinismo ou, por outro lado, o idealismo característicos da década (McManus, 2008).

A 24 de setembro de 1991 os Nirvana, uma das bandas mais influentes do novo movimento grunge, lançaram o seu segundo álbum, *Nevermind*. Apesar de a banda já ter ganho uma quantidade considerável de seguidores com o seu primeiro álbum, *Bleach*, foi *Nevermind* que a “atirou” para a ribalta.

O álbum tornou-se a banda sonora para uma nova geração jovem que se sentia ignorada e negligenciada pelas gerações mais velhas e solidificou a posição do grunge como o movimento da década (2013, p. 225-229).

A imagem da capa do álbum tornou-se, ao longo dos anos, tão marcante quanto a música nele contida. O vocalista Kurt Cobain sugeriu a Robert Fisher, o designer da capa, que fotografasse a cabeça de um bebé a sair de numa vagina durante um parto aquático. No entanto, o designer considerou que a imagem seria demasiado gráfica e que a editora discográfica não a iria aceitar.

Enquanto pesquisava fotografias Fisher encontrou uma de um bebé debaixo de água que

lhe agradou e que mostrou à banda, que decidiu que essa poderia ser a imagem da capa. Uma vez que o custo dos direitos de autor da fotografia era demasiado elevado, a editora discográfica contratou um fotógrafo, Kirk Weddle, para recriar a fotografia do bebé debaixo de água. Weddle deslocou-se a uma piscina em Pasadena e pediu a alguns pais para trazerem os seus bebés para uma sessão fotográfica. A fotografia escolhida acabou por ser a de Spencer Elden, o filho de quatro meses de Rick Elden, amigo de Weddle.

Depois de ver a fotografia Cobain comentou com Fisher que sentia que faltava algo à imagem. Segundo Fisher, durante uma sessão de *brainstorming* ele e Cobain decidiram adicionar uma nota de um dólar presa num anzol.



Figura 76 - Capa de *Nevermind*, dos Nirvana

A editora discográfica tinha receio que os consumidores e os lojistas tivessem problemas com o facto do pénis do bebé estar visível e pretendia usar uma versão da fotografia em que tal não acontecesse. Cobain recusou-se a deixar que tal acontecesse, dizendo à editora que o único compromisso que faria era deixar que um autocolante fosse colado na capa a

tapar o pénis do bebé, se esse autocolante tivesse escrito “se você se sente ofendido por isto, deve ser um pedófilo não assumido” (Stafford, 2015b).

No canto inferior esquerdo da capa, a preto, Fisher colocou o nome da banda (escrito a Bodoni) e o título do álbum com um tratamento gráfico semelhante a ondas, enfatizando o tema aquático da capa.

Dookie

Assim como Washington foi o berço do grunge e os Nirvana a banda que encabeçou o movimento, o estado da Califórnia marcou o início de um novo movimento do qual os Green Day se tornaram emblemáticos: o pop-punk. Composto por uma mistura de melodias cativantes características da música pop e *riffs* de guitarra barulhentos característicos do punk, o pop-punk aborda temas “leves” como amor adolescente, festas, drogas e álcool e revolta contra figuras de autoridade.

Apesar de ter as suas raízes nos anos 70, com bandas como os Ramones, Buzzcocks ou Descendents que marcaram o início do género musical, o pop-punk tornou-se popular e marcou a segunda metade da década de 90, continuando a ser popular até aos dias de hoje. Bandas como Green Day e blink-182, os pioneiros do pop-punk *mainstream* nos anos 90, continuam a ser relevantes no panorama musical atual e influenciaram uma nova geração de bandas como New Found Glory, Fall Out Boy, All Time Low e Neck Deep.

Tudo isto começou com *Dookie*, o terceiro álbum dos californianos Green Day, de 1994, que não só foi o primeiro álbum da banda a ser lançado numa grande editora discográfica (uma multinacional), como foi o primeiro álbum pop-punk bem sucedido no panorama musical *mainstream*. Esse facto não só provocou um grande debate sobre a autenticidade de bandas pop-punk, uma vez que o movimento punk prezava a componente *underground* da sua música, como também despoletou a “explosão” do pop-punk. *Dookie* foi uma ponte entre o grunge sombrio do início da década e o pop-punk que lidava com angústia adolescente mas que ao mesmo tempo era divertido e esperançoso do final da década (Romano, 2014). O título do álbum é calão para fezes no Estados Unidos e era tudo o que Richie Bucher, o responsável pela capa do álbum, tinha para trabalhar. Bille Joe Armstrong, vocalista e guitarrista da banda, referiu que a banda achou o título engraçado devido ao seu hábito de fumar marijuana (o nome da banda é alegadamente uma referência a esse facto).

Segundo Bucher, algumas das músicas de *Kerplunk*, o álbum antecessor de *Dookie*, soavam como um avião de combate, pelo que a “peça central” da sua ilustração de aspetto *cartoon* para a capa se tornou um cão a pilotar um avião de combate que acabara de largar uma bomba no meio de Berkeley, a cidade de onde a banda era proveniente. A ilustração tem também inúmeras personagens inspiradas nas pessoas que a banda e o ilustrador conheciam da East Bay, a área que rodeia a zona este da Baía de San Francisco (Stafford, 2015c).

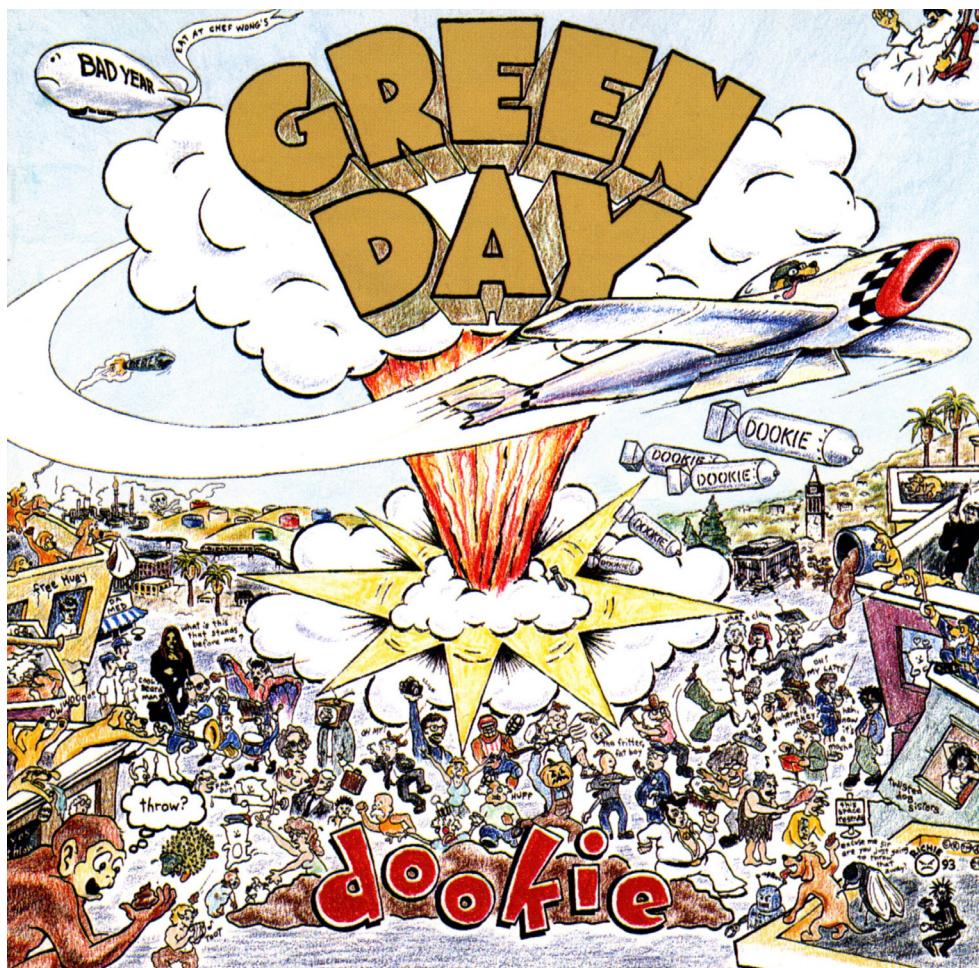


Figura 77 - Capa de *Dookie*, dos Green Day

Enema of the State

Com o sucesso de *Dookie* e o aumento de popularidade do pop-punk, as editoras discográficas começaram a assinar contratos com inúmeras bandas cujo som se aproximasse de punk melódico. Em 1995 uma dessas bandas, blink-182, também da Califórnia, lançou o seu álbum de estreia. Em 1999 a banda lançou o seu terceiro álbum, *Enema of the State*, tornando-se uma das bandas mais importantes do movimento no fim dos anos 90 e até meados da primeira década do século XXI. A banda trouxe ao pop-punk um sentido de humor e diversão característicos de adolescentes comuns, o que contribuiu para a sua popularidade (Anthony & Ryan & Heller, 2014).

Da mesma maneira que *Dookie* foi o álbum que popularizou os Green Day, *Enema of the State* catapultou os blink-182 para a ribalta.

A capa do álbum, a cargo de Tim Steadman e Keith Tamashiro com fotografia de David Goldman, mostra uma enfermeira a colocar uma luva de borracha na mão de uma maneira provocante, sedutora e divertida, sendo assim uma representação perfeita de tudo

o que a banda queria se a sua música transmitisse. A modelo da capa é a atriz de filmes pornográficos Janine Lindemulder, que também apareceu no vídeo do primeiro single do álbum, “*What’s My Age Again?*” (Miles, 2016).



Figura 78 - Capa de *Enema of the State*, dos blink-182

Apesar da imagem da capa ter sido definida bastante cedo no processo criativo, foi preciso realizar três versões da capa: na primeira versão o chapéu da enfermeira tem uma cruz vermelha e a sua etiqueta de nome diz “Blink-182”, com a letra maiúscula. A banda preferia que o seu nome fosse escrito com um B minúsculo, pelo que na segunda versão da capa a cruz vermelha continua no chapéu e a etiqueta de nome diz “blink-182”. No entanto, a organização Cruz Vermelha contactou a banda e informou-a que não podia usar a cruz vermelha no chapéu da enfermeira pois não era uma organização médica e se o fizesse estaria a violar a Primeira Convenção de Genebra. Assim, a versão final da capa contém um B minúsculo no nome da banda e um chapéu totalmente branco (Tiles, 2013).

CAPÍTULO 6 - IMPORTÂNCIA DA MÚSICA NA EXPRESSÃO DO DESIGN

Quando Alex Steinweiss criou a primeira capa de álbum para a Columbia Records, em finais da década de 30 do século XX, as vendas de álbuns com capas ilustradas dispararam. As capas ilustradas permitiam que o público se relacionasse de uma nova maneira, mais pessoal, com a música que o álbum continha. A crítica de cultura Maria Popova menciona que Steinweiss “queria que as pessoas olhassem para a arte da capa e ouvissem a música”⁵, um legado que perdura até aos dias de hoje (Popova, 2011).

A imagética da capa é uma parte integrante de um álbum, tão importante como a música nele contida. A primeira capa estudada neste relatório de projeto, *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band* dos Beatles, é uma das mais inovadoras e influentes de sempre por ter sido uma das primeiras capas (e definitivamente a mais famosa) em que a importância da imagem visual foi elevada ao nível da música. Os Beatles foram dos primeiros artistas a pensar nos seus álbuns como uma experiência completa, musical e visual.

Storm Thorgerson e Aubrey Powell, os fundadores do famoso estúdio de design Hipgnosis, queriam que as imagens criadas transmitissem aquilo que as bandas tentavam passar com a sua música. Martin Chilton, ex-editor de cultura do Telegraph, refere que Thorgerson disse mesmo:

“fotografias de uma banda, como os Beatles ou Take That, o que é que transmitem? Transmitem a aparência da banda, mas nada sobre o que vai nos seus corações, ou na sua música. Se o objetivo é apresentar uma emoção, ou um sentimento, ou uma ideia, ou um tema, ou uma obsessão, ou uma perversão, ou uma preocupação, porque é que teria quatro tipos?”⁶ (Chilton, 2017).

Apesar de a capa ter um papel conceptual e criativo, não convém esquecer que é também um instrumento de marketing criado para efeitos comerciais. A capa do álbum adquiriu ao longo dos anos uma importância na imagem global de uma banda, contribuindo para a criação de logotipos de bandas e, consequentemente, transformando bandas em marcas. Logotipos como o dos Rolling Stones ou dos Ramones são hoje parte integrante da identidade das bandas e até mesmo da cultura popular.

A capa de álbum tornou-se também um instrumento privilegiado para a profissão do designer: uma vez que a capa era a primeira parte do álbum com que os consumidores tinham contacto permitia que o designer comunicasse o seu trabalho a milhões de pessoas.

5 “I wanted people to look at the artwork and hear the music.” – Alex Steinweiss

6 “Pictures of a band, like The Beatles, or Take That, what do they tell you? They tell you what they look like, but nothing about what's in their hearts, or in their music. If you were trying to present an emotion, or a feeling, or an idea, or a theme, or an obsession, or a perversion, or a preoccupation, when would it have four guys in it?” – Storm Thorgerson

Prova disso é o facto de nomes tão conceituados como Peter Blake, Richard Hamilton, Peter Saville e Andy Warhol terem trabalhado em design de capas de álbum.

Antes de criar a capa de *Sticky Fingers* dos Rolling Stones, Andy Warhol foi responsável pelo design de uma das capas mais reconhecíveis de sempre, a de *The Velvet Underground & Nico* da banda homónima. Warhol sempre foi um artista inovador, principalmente entre os seus contemporâneos, e as suas capas de álbuns não eram exceção. A capa de *Velvet Underground* consiste num simples fundo branco com uma banana com casca estilizada a amarelo vivo e preto, que utiliza a estética pop habitual do trabalho de Warhol. A banana aparentemente simples é na verdade um autocolante, acompanhado pelo texto “*peel slowly and see*” (descole devagar e veja). Ao descolar o autocolante é possível ver uma banana descascada de cor creme, semelhante a um tom de pele (o que dá uma conotação sexualmente sugestiva à banana). Para além da banana a capa continha apenas a famosa assinatura de Andy Warhol.

Esta capa talvez seja dos exemplos mais óbvios do poder que a imagem da capa de um álbum tem, uma vez que 50 anos depois da sua criação continua a ser a imagem mais frequente e imediatamente associada à banda.

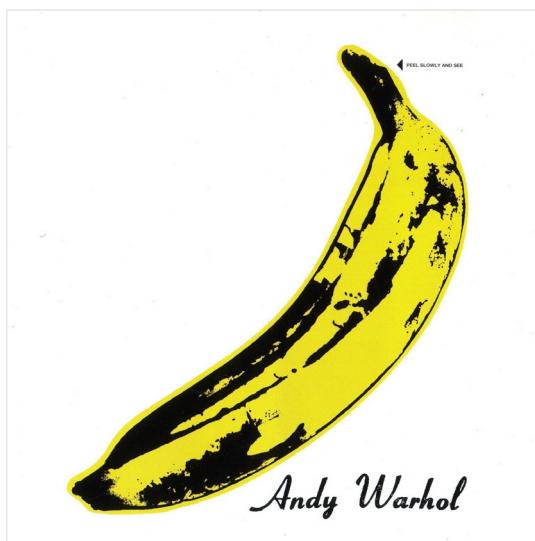


Figura 79 - Capa de *The Velvet Underground & Nico*, dos Velvet Underground & Nico

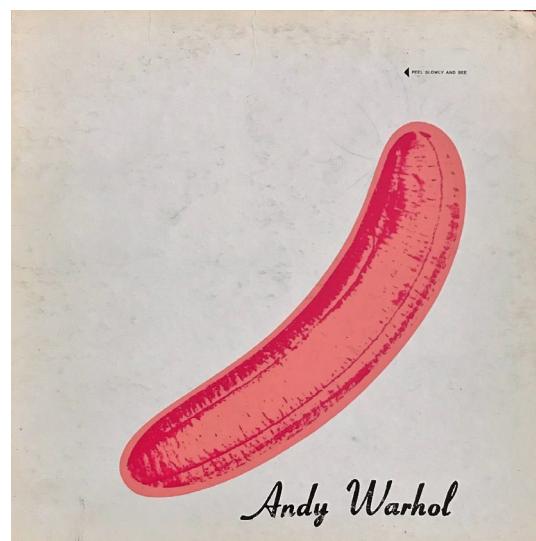


Figura 80 - Capa de *The Velvet Underground & Nico* sem o autocolante da banana

Neville Brody, famoso designer Inglês responsável pela direção de arte da revista The Face e co-criador (com Jon Wozencroft) da revista de tipografia experimental FUSE é outro dos nomes mais sonantes desta área do design gráfico. Inspirado pela liberdade e criatividade do movimento punk, Brody criou capas para álbuns dos Cabaret Voltaire e Depeche Mode, bem como para inúmeras bandas da editora Fetish Records.

O designer mencionou a importância da música na sua carreira numa entrevista à revista *Dezeen*:

“É importante mencionar que a cena musical em Londres era vital. Havia concertos independentes, havia uma próspera cena de editoras independentes. E se não fosse por isso, pessoas como eu próprio e outros designers gráficos como Vaughan Oliver e Peter Saville de Manchester e Malcolm Garret, não teríamos sobrevivido.”⁷ (Murphy, 2014)

A primeira revolução no design de capas de álbum aconteceu no início dos anos 90 do século XX, com a popularização do CD em relação ao disco de vinil. A superfície de trabalho dos designers sofreu uma redução drástica, passando de um quadrado com 30 cm de lado para um com 12 cm. Com essa alteração de tamanho surgiram novos desafios para os designers, que tinham que garantir que o seu design para a capa fosse legível no novo tamanho e que simultaneamente funcionasse no tamanho antigo, uma vez que os álbuns continuavam a ser lançados em vinil.

Um designer que tirou partido das oportunidades que o novo formato trouxe foi Stefan Sagmeister. Responsável por capas de álbum e *packaging* para artistas como The Talking Heads, The Rolling Stones e Lou Reed, Sagmeister estabeleceu a sua carreira no mundo do design aliado à música e ganhou dois *Grammys* pelo seu trabalho. O designer referiu numa entrevista com Kristina Monllos em 2016:

“Nós próprios [na Sagmeister & Walsh] tínhamos maioritariamente feito design de *packaging* de música para CDs. Na altura, senti que a desvantagem do pequeno formato era atenuada pela possibilidade de conceber um *booklet* de 20 páginas, [permitindo-nos] contar uma história visual em vez de simplesmente criar um pequeno poster quadrado com um verso. De algum modo [isso] era o que a maior parte dos álbuns era. (Apenas muito poucas bandas dos anos 80 e 90 eram autorizadas a usar *gatefolds* e *booklets*).”⁸ (Monllos, 2016)

Os seus designs de *packaging* são ricos e elaborados, compensando assim pelo facto de a capa de um tamanho mais pequeno limitar as estratégias de design que eram utilizadas antes desta mudança de formato. Em 2008 Stefan Sagmeister foi o responsável pelo design da capa de *Everything That Happens Will Happen Today*, um álbum de David Byrne e Brian Eno. Inspirando-se numa das músicas do álbum, *House*, Sagmeister criou uma

7 “It’s important here to mention that the music scene in London was so vital. There were independent concerts, there was a thriving independent record label scene. And if it wasn’t for that, people like myself and other graphic designers such as Vaughan Oliver and Peter Saville out of Manchester and Malcolm Garrett, we would not have survived.” – Neville Brody

8 “We ourselves [at Sagmeister & Walsh] had mostly designed music packaging for CDs. At the time, I felt that the disadvantage of the small format was lessened by the possibility to design a 20-page booklet, [allowing us] to tell a visual story rather than just designing a small, square poster with a backside. In some ways [that] was what most albums were. (Only very few ‘80s and ‘90s bands were allowed to use *gatefolds* and *booklets*).” – Stefan Sagmeister

axonometria de uma casa suburbana idílica à beira de uma estrada, que serviu de capa para o álbum. O *booklet* continha pormenores da casa vistos de perto e a imagem do CD em si era a relva que rodeava a casa. Apesar de o design da edição “normal” do álbum ser por si só uma peça cuidadosamente pensada e criada, o design da edição deluxe é mais inovador. O CD vem inserido numa lata cilíndrica cuja tampa é decorada com uma vista aérea da relva e da estrada e um modelo tri-dimensional da casa. O *packaging* contém um microchip que toca um ficheiro de áudio de uma pessoa a andar pela casa e uma porta a fechar-se quando a lata é aberta. O *booklet* do CD foi transformado num pequeno livro encadernado e vinha acompanhado de elementos alusivos à música do álbum, um comprimido e um dado com frases escritas nas suas faces.



Figura 81 - Edição *deluxe* de *Everything That Happens Will Happen Today*, de David Byrne e Brian Eno



Figura 82 - Detalhe da edição *deluxe* de *Everything That Happens Will Happen Today*, de David Byrne e Brian Eno

Estas estratégias enriquecem a experiência de ouvir e sentir um álbum e combatem as desvantagens gráficas da mudança de vinil para CD de uma maneira eficaz. À medida que o CD se tornando mais popular, as edições especiais de álbuns tornaram-se mais comuns, o que prova que os consumidores estão dispostos a pagar mais por um objeto de design rico e completo que nada tem a ver com uma simples edição “normal” de um CD.

A partir do final do século XX assistiu-se a uma segunda revolução, consequência da passagem do CD para o ficheiro MP3 e serviços de *streaming* de música: a capa passou a ser um pequeno quadrado digital de 240 pixels de lado nos nossos computadores e telemóveis. À medida que a popularidade da música digital aumentou, as capas de álbuns tornaram-se mais simples, consistindo muitas vezes apenas em tipografia sobre fundos coloridos. A capa de *Suck It and See*, criada por Jason Evans e Matthew Cooper em 2011 para a banda inglesa Arctic Monkeys, consiste apenas no título do álbum sobre um fundo creme.

O álbum *Brothers* dos americanos The Black Keys tem como capa duas frases que dizem respeito ao título do álbum e nome da banda sobre um fundo preto (“*This is an album by The Black Keys. The name of the album is Brothers*”), o que resultou num *Grammy* de *Best Recording Package* em 2010 para o seu designer, Michael Carney.



Figura 83 - Capa de *Suck It And See*, dos Arctic Monkeys, com um autocolante que identifica a banda

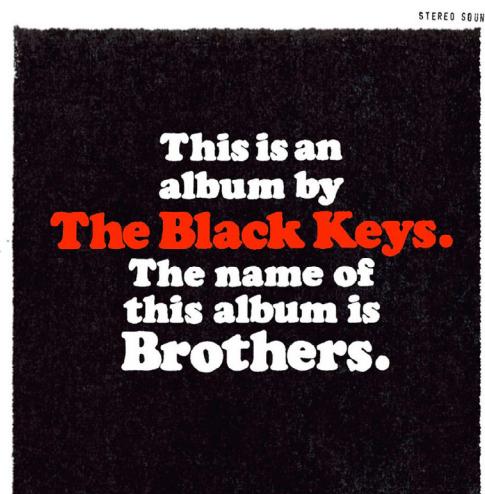


Figura 84 - Capa de *Brothers*, dos The Black Keys

A banda inglesa the xx e o designer Phil Lee adotaram uma estratégia interessante com o seu terceiro álbum, *I See You*, de 2017. O packaging é todo feito num material prateado refletor e a capa consiste simplesmente na forma de um X gravada no material. Esse X é o logotipo da banda e um elemento já tradicional presente nas capas dos seus dois álbuns anteriores.



Figura 85 - Capa da versão física de *I See You*, dos The XX



Figura 86 - Capa da versão digital de *I See You*, dos The XX

Lee criou também uma versão da capa exclusiva para a versão digital do álbum, uma vez que o *packaging* perde um pouco de interesse quando não se sente o objeto físico. A capa digital é extremamente simples, consistindo apenas numa fotografia do reflexo da banda a olhar para a versão física do álbum sob o céu azul.

Phil Lee conseguiu assim criar um *packaging* físico atraente para os consumidores de formatos físicos de música mas também criar uma versão alternativa interessante para o formato digital, consciente de que o que funciona em formatos físicos de dimensões maiores geralmente não funciona num quadrado digital com 240 pixels de lado.

Mesmo que as bandas ou editoras discográficas não dêem instruções específicas aos designers para criarem objetos mais simples, o tamanho reduzido da tela acaba por influenciá-los consciente ou inconscientemente, pelo que essa evolução aconteceu de maneira orgânica.

Com todas estas mudanças, nos últimos anos tem-se assistido a uma alteração do papel da capa de álbum: se no passado a capa era o primeiro elemento do álbum a ser revelado ao público, hoje em dia faz parte de uma operação de identidade gráfica muito maior. Existem elementos de promoção, como vídeos de *singles*, *merchandise* e sessões fotográficas promocionais partilhadas nas redes sociais, que fazem parte da campanha gráfica do álbum e ganharam uma importância quase tão grande como a da capa. Em alguns casos, a capa já não é a única “imagem de marca” do artista naquele ciclo da sua carreira quando o álbum é anunciado. No entanto, continua a ser o elemento visual que associamos à música do álbum de maneira mais imediata.

A campanha de promoção de *AM*, o quinto álbum da banda Arctic Monkeys, lançado em 2013, é um bom exemplo desta nova operação de promoção de álbuns. A capa do álbum segue a tendência minimalista de outros álbuns da época, com a representação branca de uma onda de um sinal AM (*amplitude modulation*, um dos métodos utilizados para transmissão rádio) sobre um fundo preto.

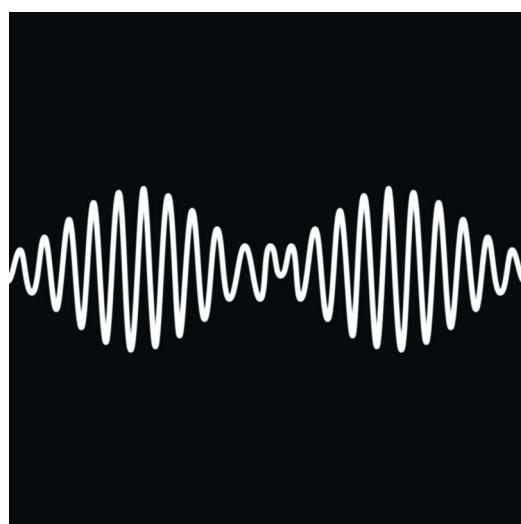


Figura 87 - Capa de *AM*, dos Arctic Monkeys

Essa imagem foi também usada no vídeo do segundo *single* do álbum, *Do I Wanna Know*, em que uma linha branca se transforma em várias ilustrações, incluindo a onda da capa. A campanha de lançamento do álbum e o *merchandise* da banda desse período ficaram marcados pela simples imagem da capa, que se tornou uma das mais reconhecíveis dos últimos anos.

Ao longo da última década, à medida que a música digital se foi tornando cada vez mais popular, assistiu-se também a uma resurgência de popularidade de formatos físicos como o CD e, principalmente, o disco de vinil.

Em 2016 o formato atingiu um recorde de vendas, o mais alto em 25 anos, desde 1991, tendo sido também o nono ano consecutivo em que as vendas de discos de vinil aumentaram. Segundo a jornalista do *The Guardian* Hannah Ellis-Petersen, Vanessa Higgins, CEO da Regent Street Records e Goldbar Records, acredita que os *millennials* (a geração que nasceu entre o início dos anos 80 e meados dos anos 90, aproximadamente) querem algo físico quando compram música apesar de serem os maiores consumidores de música através de serviços de *streaming*. Essa tendência contribui para que o disco de vinil ocupe o papel que o CD costumava ter nos anos 90 e início dos 2000. De acordo com Higgins as pessoas “estão a descobrir música através de *streaming* e se gostarem dela investem num formato físico”⁹ (Ellis-Petersen, 2017).

Uma vez que muitos dos novos lançamentos em vinil (ou até mesmo reedições de álbuns lançados no passado) incluem um código de download da música nele contida, cada vez mais consumidores preferem gastar o seu dinheiro em discos de vinil em vez de CDs. Muitos equipamentos eletrónicos atuais já não têm leitor de CDs, pelo que o facto de os CDs não incluírem códigos de download é uma desvantagem em relação ao vinil, pois os consumidores não têm maneira de transferir para os seus dispositivos digitais a música por que pagaram. Alia-se assim à vontade de ter um formato tangível que se pode manusear livremente a praticidade de não ter que pagar pelo formato físico e pelo digital múltiplas vezes.

Maurice Fyles, diretor de investigação da ICM Research, revelou num estudo de 2013 realizado no Reino Unido que uma das principais razões para este renascimento de formatos físicos, em particular discos de vinil, é precisamente a capa: os discos tornam-se objetos colecionáveis e muitas vezes consistem em edições limitadas que não estão disponíveis noutras formatos (Fyles, 2014 [pdf-p.3]).

O facto de os consumidores estarem a comprar mais discos de vinil e os tratarem não apenas como um formato de música mas também como um objeto artístico influencia a decisão

⁹ “[people] are finding music through streaming and if they love it, they are going out and investing in it in a physical format.” – Vanessa Higgins

dos artistas musicais de terem mais cuidado com o design das capas dos seus álbuns do que quando lançam simplesmente uma versão digital. Apesar de um lançamento físico, principalmente em disco de vinil, ter um custo mais elevado do que o lançamento digital ou em CD, os artistas estão novamente a apostar nesse formato uma vez que os consumidores querem algo mais do que um ficheiro MP3 no seu telemóvel ou leitor de música.

A dupla de designers We Three Club, cujo trabalho é maioritariamente ligado à música, referiu essa importância do papel da capa do álbum na ressurgência do vinil e vice-versa, dizendo:

“Nós pessoalmente temos assistido a uma grande ressurgência de excelentes designs de capas nos últimos anos, e claro que uma das razões é o facto de as pessoas estarem aparentemente a comprar mais LPs, pelo que as bandas não se podem “safar” tão facilmente com designs de má qualidade como poderiam com um lançamento apenas em MP3.”¹⁰ (Creative Bloq Staff, 2015)

Também se tem assistido nos últimos doze anos a um aumento das vendas de molduras criadas especificamente para exibir discos de vinil e as suas capas. Andrew Heeps, fundador da Art Vinyl, uma empresa especializada no fabrico de molduras desse género, acredita que o design das capas é um fator decisivo na decisão do consumidor de pagar um pouco mais por um disco de vinil em relação a um CD ou a música digital, uma vez que isso se traduz na possibilidade de possuir um objeto artístico (Owen, 2014).

Assim, o design da capa de álbuns contribuiu bastante para a crescente popularidade do disco de vinil em relação à música digital ou ao CD: ao comprar um vinil o consumidor está também a comprar um objeto artístico num tamanho em que este pode ser apreciado, possuindo assim uma parte da História do design e da música e um pedaço da cultura popular.

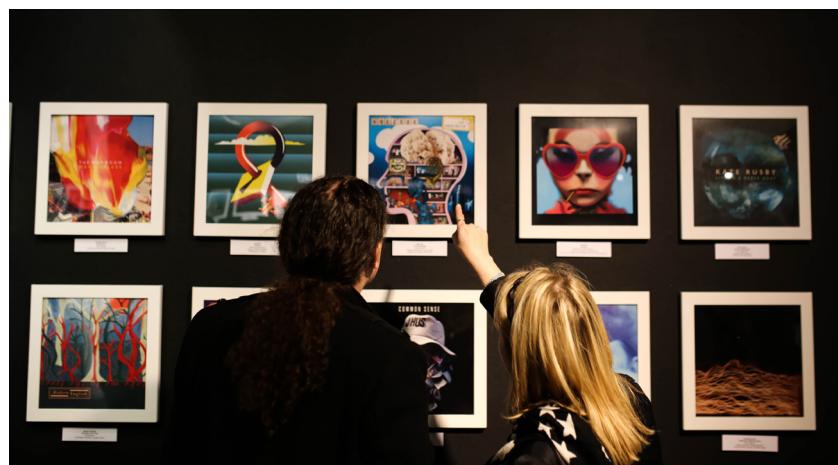
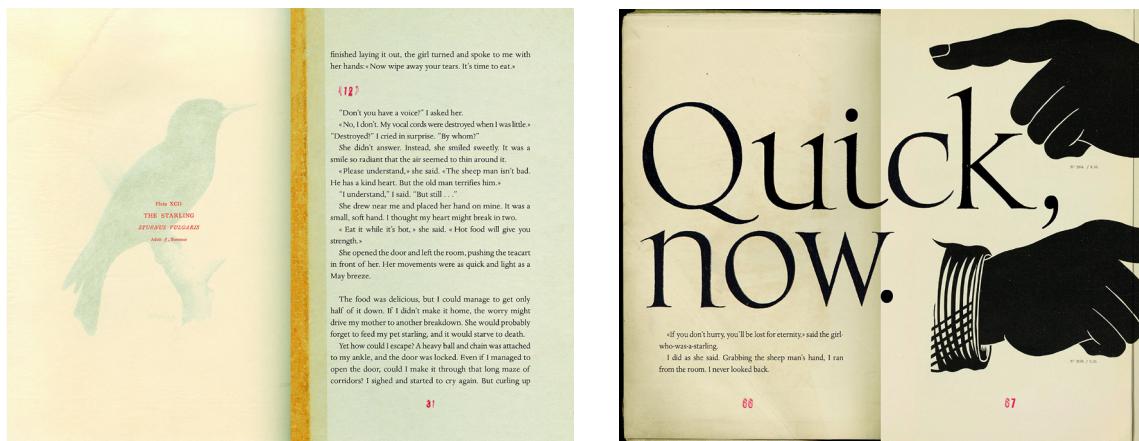


Figura 88 - Exposição *Best Art Vinyl: 12 Years on 12 Inches*, da empresa Art Vinyl

10 “We personally have seen a big resurgence of great album artwork in the last few years, and of course one of those reasons would be the fact that people are seemingly buying more LPs, and as a band you can’t get away quite as easily with crap artwork like you could with an MP3 only release” We Three Club

Podemos comparar este fenômeno com a situação atual dos livros digitais e impressos: após impactar as vendas de livros físicos de maneira negativa, o aumento de popularidade dos ebooks contribui agora para um renovado interesse em livros “reais”.

À medida que as vendas de ebooks aumentaram, as editoras investiram em novas estratégias para combater o declínio de popularidade de livros físicos: o jornalista Alex Preston menciona que desde 2014 que as vendas de livros físicos estão a aumentar, graças em parte a um maior investimento em materiais e no design das suas capas (Preston, 2017). Os livros de capa dura luxuosos, com encadernação cosida, ilustrações, capas em relevo e papel de alta qualidade vieram substituir grande parte dos *paperbacks* baratos e o impessoal Kindle e os seus ebooks.



Figuras 89 e 90 - páginas do livro “*The Strange Library*” de Haruki Murakami, publicado pela Harvill Secker em capa dura com ilustrações e elementos interativos

Tal como no caso dos discos de vinil, esta aposta no design dos livros físicos traduz-se num renovado interesse do público nestes objetos, contribuindo para o seu revivalismo e impedindo que fiquem obsoletos e provando simultaneamente que existe espaço no mercado para todos os formatos: o ebook e o livro físico complementam-se, assim como a música digital e o vinil.

Podemos então afirmar que se Alex Steinweiss não tivesse pensado em mudar o *packaging* simples dos discos comercializados no início do século XX o campo do design gráfico não teria ganho algumas das suas maiores obras. Igualmente, a indústria musical teria sofrido muito sem a componente visual de que Steinweiss foi pioneiro.

Imagens tão icónicas como as das capas de *The Dark Side of the Moon*, *Nevermind the Bollocks Here's the Sex Pistols*, *Abbey Road* ou *London Calling* não seriam uma parte integrante da nossa cultura visual coletiva se não tivesse havido uma mudança de mentalidade no que diz respeito à representação visual da música.

A grande importância da música para o design prende-se assim com o facto de ter proporcionado oportunidades para que os designers criassem objetos únicos que não poderiam ser criados noutra situação.

Os movimentos rock e punk, particularmente, contribuíram de maneira extremamente importante para o desenvolvimento deste campo do design gráfico aliado à música por serem os dois movimentos mais criativamente importantes e “rebeldes”. Tal como as suas bandas, os designers envolvidos nestes dois movimentos musicais tinham bastante liberdade para criarem objetos gráficos, quer esta fosse concedida pela editora discográfica quer fosse resultado da decisão dos próprios designers de ignorarem os condicionamentos impostos pela mesma.

No caso do rock essa liberdade vinha também associada a orçamentos generosos, o que permitiu que se criassem extravagâncias como a capa de *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*. Embora o movimento punk tivesse orçamentos mais pequenos em relação ao rock, isso devia-se ao facto de os seus designers adotarem a mentalidade DIY do movimento e não a decisões das editoras discográficas. Essa mentalidade DIY acabou por criar uma estética muito própria do punk, que era “barata” e representava na perfeição a intenção do punk de romper com os excessos do rock.

Estes movimentos tornaram possível que designers façam a sua carreira associada ao mundo da música, efectivamente criando a profissão de “designer de capas de álbum”, embora com as mudanças na indústria musical do século XXI se possa dizer que essa profissão passou a ser “designer de música” de uma maneira geral, uma vez que a capa é agora um elemento de uma operação de promoção muito maior.

Apesar desta mudança do papel da capa esta continua a ser extremamente relevante atualmente, embora os designers tenham que adotar novas estratégias para a criação de capas e *packaging* interessantes para a era digital.

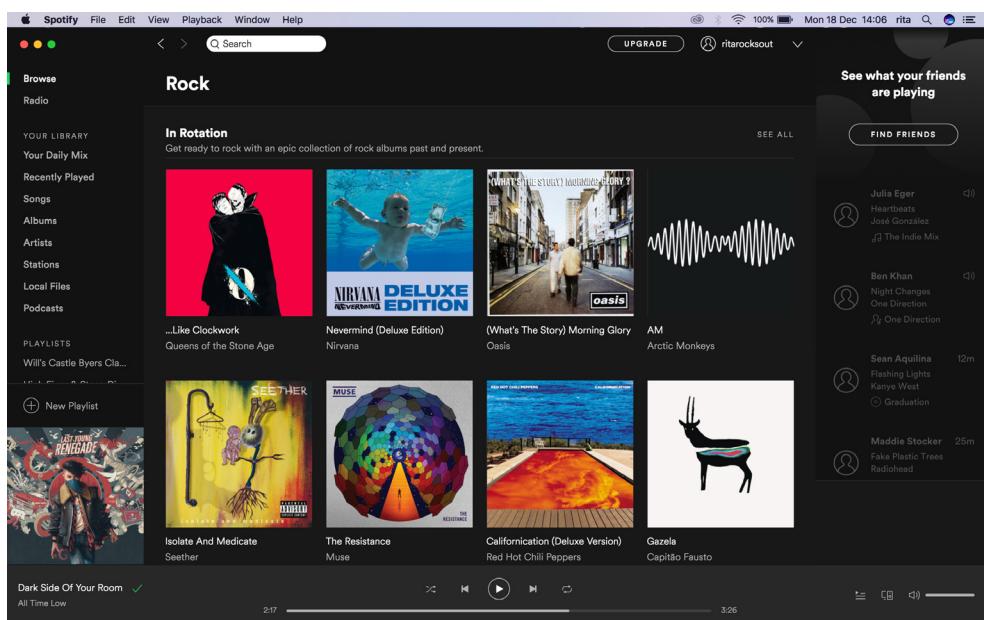
Podemos arriscar dizer que enquanto existir uma indústria musical e um interesse por parte do público em consumir música irão existir capas de álbum e, consequentemente, uma disciplina do design gráfico a elas associada. Não é novidade que o Homem é um ser extremamente visual, sendo essa a razão por que as capas de álbum continuam a fazer parte do nosso dia-a-dia, mesmo apesar de terem sofrido muito com as mudanças que ocorreram na indústria ao longo dos anos.

A tipografia, as cores, as ilustrações ou fotografias da capa de um álbum são uma representação visual de uma arte emocional como a música e permitem-nos associar uma imagem e criar uma ideia mental dos sons contidos no álbum. Tal como a capa de um livro influencia a nossa experiência de leitura e nos permite reconhecer o livro que estamos a ler, a capa de um álbum torna-se involuntariamente a imagem em que pensamos (muitas vezes inconscientemente) quando ouvimos a música desse álbum.

Hoje em dia é para nós quase impossível imaginar uma altura em que as capas de álbum não tinham imagens representativas da música que o álbum continha, algo que comprova a importância da relação entre o design e a música.

Como seria o nosso meio envolvente se Steinweiss não tivesse tido a pequena ideia de associar uma imagem à música do álbum? Nem é preciso aplicar esta questão à História do design gráfico de uma maneira extensiva, basta pensar como seriam as nossas lojas de música se não existisse a capa de álbum.

Fica aqui uma pequena ideia.



Figuras 91 - Print screen de uma página do serviço de streaming Spotify

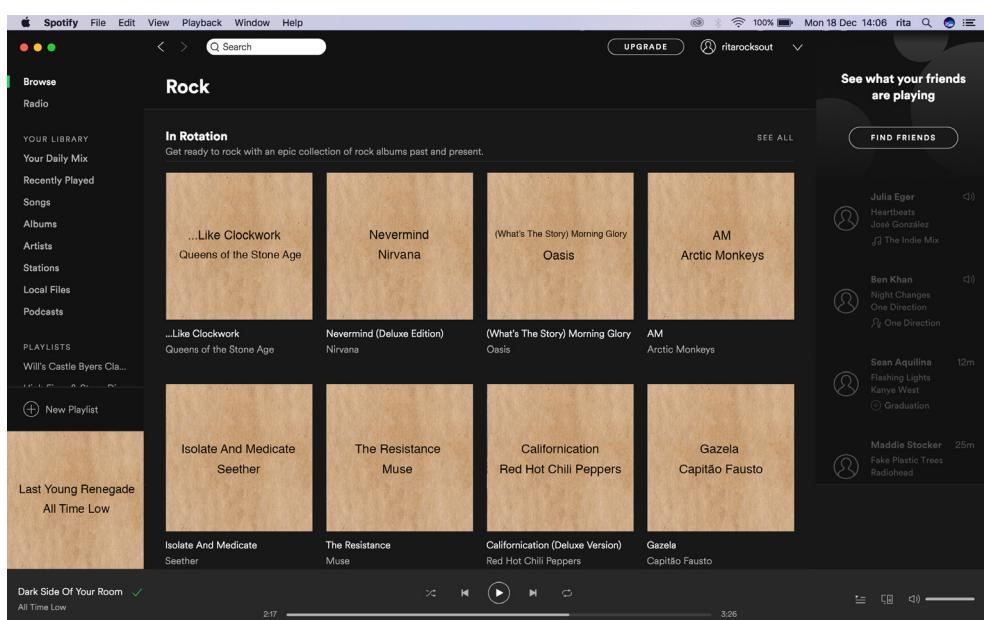


Figura 92 - Print screen da mesma página de Spotify reimaginada com as capas simples que se usavam no início do século XX

CAPÍTULO 7 - DEFINIÇÃO DE ARQUIVO / PESQUISA WEBSITES ARQUIVO

O *site* dos Arquivos Nacionais britânicos (*The National Archives*) define um arquivo como uma coleção de informação que pode incluir cartas, fotografias, filmes e ficheiros áudio, entre outros.

Um arquivo é a escolha óbvia para um trabalho como este, que se foca em objetos históricos e no seu contributo para as áreas da música e do design gráfico: para além de conter imagens dos objetos estudados pode conter também informação sobre os mesmos recolhida na realização do trabalho.

Ao longo dos anos, com o avanço da tecnologia, surgiu uma nova necessidade, de documentar e arquivar objetos digitais. Um arquivo digital pode conter versões digitais de objetos físicos (fotografias e documentos digitalizados ou ficheiros áudio convertidos de analógico para digital) ou objetos verdadeiramente digitais, como imagens e animações digitais ou mesmo *websites*. Um arquivo digital tem ainda a vantagem de poder ser consultado a qualquer altura a partir de qualquer parte do mundo. Por esta razão, cada vez mais museus estão a criar versões digitais das suas coleções, o que beneficia quer profissionais quer amadores interessados nas obras.

Os Arquivos Nacionais da Austrália referem mesmo que se as organizações não adotarem o formato do arquivo digital correm o risco de os seus conteúdos serem ignorados pelo público, que cada vez mais exige ter acesso imediato à informação. O arquivo digital no século XXI é assim não só uma mais-valia mas também uma necessidade (National Archives of Australia, 2006, p.5).

Outra das vantagens de um arquivo digital em relação a um físico é o facto de ser possível incorporar elementos interativos e digitais como música que num arquivo físico seria mais complicado utilizar, criando uma experiência mais prática e intuitiva para o utilizador.

O arquivo digital foi escolhido como plataforma para a componente prática deste trabalho devido a estas vantagens sobre o arquivo tradicional.

Esta plataforma permite também criar interligações entre várias capas, estabelecendo relações interessantes entre objetos que muitas vezes não têm uma relação óbvia. Essas relações podem baseadas em critérios visuais ligados ao design gráfico como ilustração, tipografia, cor, etc. ou relativos a informações sobre o objeto, como autor, data, banda, etc.. Evidentemente, a natureza digital do arquivo possibilita que este seja algo em aberto a que se pode adicionar novos elementos ao longo do tempo. A plataforma pode assim ser aberta a novos movimentos musicais, países, períodos temporais e até mesmo sugestões ou contribuições de visitantes: o arquivo digital é algo em construção que nunca está fechado ou aberto.

Uma vez que este trabalho se baseia na importância gráfica de capas de álbum, é natural

que o *website* resultante, publicado em thepunkrockeffect.rocks seja rico em imagens, pelo que a pesquisa de *sites* se focou naqueles em que a imagem tem um papel de destaque. Os *sites* do tipo “galeria”, ou seja, que têm uma parte dedicada à apresentação de um conjunto de imagens, foram os mais consultados nesta pesquisa, bem como *sites* com sistemas de organização e filtragem.

Foram também consultados *sites* cujos elementos estejam organizados em grelha ou lista por ser essa a organização pretendida para as capas de álbuns depois de serem aplicados critérios de filtragem e organização. Esta foi uma escolha lógica uma vez que as capas são objetos de formato quadrado, que se prestam a ser expostos junto a outros desta forma. O *site* indio.com.mx/mexicounido é interessante devido à sua organização em grelha e apresentação das imagens de maneira detalhada. Este *site* tem como objectivo a partilha de imagens culturalmente representativas do México, por qualquer utilizador. A página de entrada reencaminha os visitantes para uma galeria de pré-visualização das imagens, baseada numa grelha que ocupa toda a página em que as imagens são exibidas em tons de cinza. Quando se passa com o rato por cima de uma imagem ela é exibida a cores e ao clicar é apresentada uma nova página onde essa imagem aparece com maior destaque visual. Por baixo da imagem principal são exibidas miniaturas de outras imagens relacionadas. Esta galeria de imagens, apesar de simples, serviu de inspiração para a galeria de imagens do *site* resultante deste trabalho.

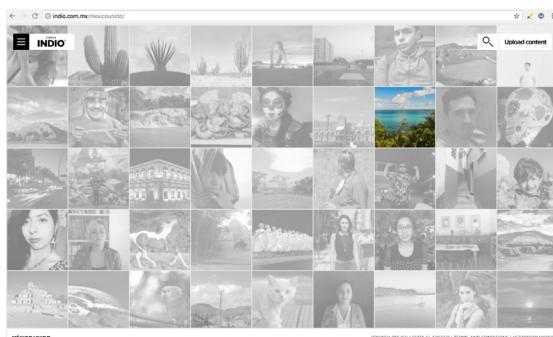


Figura 95 - Página inicial de indio.com.mx/mexicounido

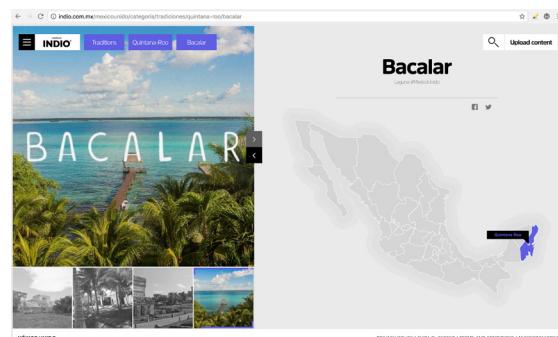


Figura 96 - Detalhe da galeria de imagens de indio.com.mx/mexicounido

Outro exemplo com uma organização de imagens em grelha é microbutmany.com. Este *site* contém fotografias de uma coleção de *Micro Machines*, uma marca de carros de brinquedo, dispostas numa grelha uniforme que ocupa a totalidade da página. Ao clicar numa imagem é aberto uma janela *pop-up*, sobre a página inicial da grelha, com informação sobre o carro escolhido e uma imagem de maiores dimensões. A utilização de um *pop-up* por oposição ao redirecionamento da página inicial proporciona uma experiência mais suave e permite assim criar uma relação visual do *pop-up* com a página inicial, algo pretendido para a componente prática do presente trabalho.

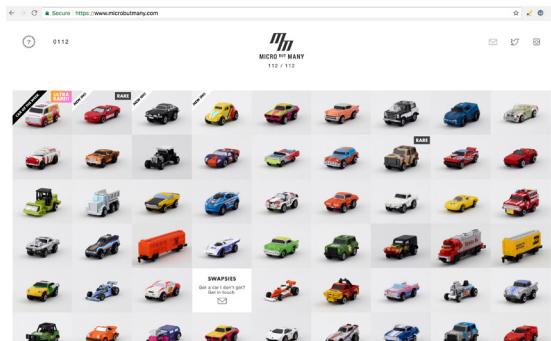


Figura 97 - Página inicial de microbutmany.com

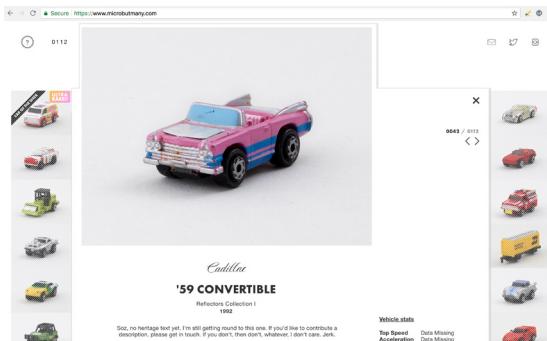


Figura 98 - Página *pop-up* de microbutmany.com

Ainda em relação à organização de imagens foi consultado o *site* alexisfacca.com, o portfolio do designer francês Alexis Facca. Em vez das imagens serem apresentadas em grelha são dispostas em várias tiras espaçadas pela página, consoante o projeto a que pertencem. Esta apresentação impede a saturação visual do *site* e presta-se à utilização de um sistema de filtragem e organização. Apesar de este *site* ter um sistema de filtragem (que permite filtrar os projetos segundo os critérios *still*, *video*, *commercial* e *editorial*), este consiste apenas em redirecionar a página inicial para a página dedicada a cada critério de filtragem. A apresentação das imagens em tira não tira partido do sistema de filtragem, uma vez que é igual em todas as páginas.

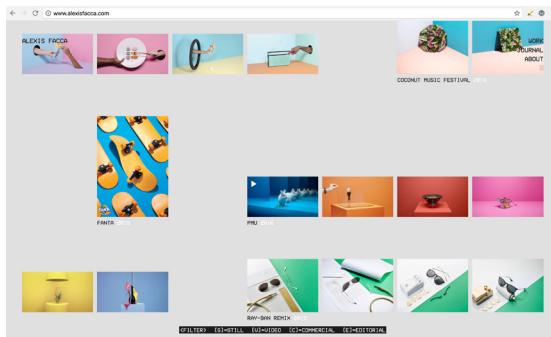


Figura 99 - Página inicial de alexisfacca.com, com o sistema de filtragem ao centro, em baixo

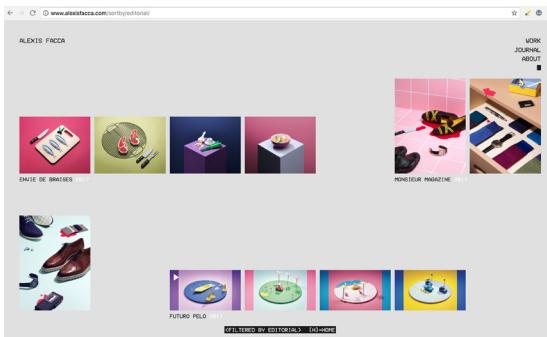


Figura 100 - Página do critério de filtragem “Editorial” de alexisfacca.com

Finalmente, a página inicial de bestvinylrecords.com tem como elemento principal um conjunto de imagens composto por miniaturas de capas de álbuns relacionados com o tema da publicação em destaque (quando desta pesquisa, um post com o título “*Fall Weather Albums*”). Este conjunto de imagens cria uma sobreposição que simula uma pilha de capas espalhadas aleatoriamente, com cada miniatura a reagir individualmente à passagem do rato com uma ligeira rotação.

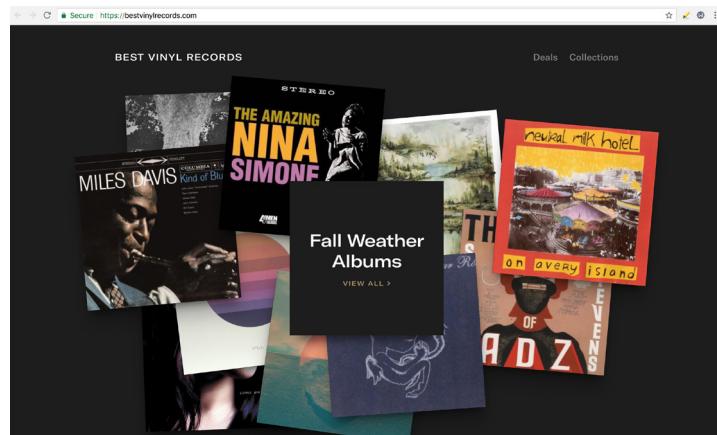


Figura 101 - Página inicial de bestvinylrecords.com

Esta disposição de imagens inspirou uma página de thepunkrockeffect.rocks em que o utilizador pode explorar as capas de álbum estudadas como se estivesse a explorar uma coleção física de discos de vinil. Ao contrário de em besstvinylrecords.com, esta exploração não é limitada a um movimento com a passagem do rato: é possível arrastar cada capa à vontade, o que permite uma verdadeira descoberta de cada capa.

CAPÍTULO 8 - ESTRATÉGIAS GRÁFICAS / DESCRIÇÃO DO OBJETO PRÁTICO

CONCLUSÃO

BIBLIOGRAFIA

- Anthony, D., Ryan, K., & Heller, J. (2014). A beginner's guide to the bouncy buzz of pop-punk. Disponível em <https://music.avclub.com/a-beginner-s-guide-to-the-bouncy-buzz-of-pop-punk-1798268060>
- Azerrad, M. (2013). *Come As You Are: The Story of Nirvana* [PDF]. Disponível em https://books.google.pt/books?id=qrSDPW6G5ZIC&printsec=frontcover&redir_esc=y#v=one-page&q&f=false
- Bestley, R., & Ogg, A. (2014). *The Art of Punk*. Londres: Omnibus Press
- Blackwell, T. (2009). The Album as a Work of Art. Disponível em <http://www.popmatters.com/feature/115779-sgt.-pepper-sets-the-stage-the-album-as-a-work-of-art/>
- Bonner, F. W. (2013). Meet the man behind Pink Floyd's iconic Battersea Power Station album cover. Disponível em <http://now-here-this.timeout.com/2013/08/28/meet-the-man-behind-pink-floyds-iconic-battersea-power-station-album-cover/>
- Brocca, J. (2017). The Story Behind Punk Rock's Most Famous Album Cover. Disponível em <https://culturacolectiva.com/music/london-calling-cover-art-story/>
- Bruil, R. A. (2001). Alex Steinweiss and other Artists and Designers. Disponível em <http://www.soundfountain.org/rem/remcovart.html>
- Cashmere, P. (2015). The Rolling Stones To Release Rare Spanish Sticky Fingers Cover Globally. Disponível em <http://www.noise11.com/news/the-rolling-stones-to-release-globally-rare-spanish-sticky-fingers-cover-20150517>
- Childers, C. (2012). David Bowie Streams "The Rise and Fall of Ziggy Stardust" Reissue Ahead of Release. Disponível em <http://ultimateclassicrock.com/david-bowie-streams-the-rise-and-fall-of-ziggy-stardust-reissue-ahead-of-release/>
- Chilton, M. (2017). Cover Story: A History Of Album Artwork. Disponível em <https://www.udiscovermusic.com/features/history-album-artwork/>
- Cofer, J. (2010). Fun with Factory's Catalog!. Disponível em <http://jimcofer.com/personal/2010/06/15/fun-with-factorys-catalog/>

Cooke, R. (2010) Richard Hamilton: A masterclass from the father of pop art. Disponível em <https://www.theguardian.com/artanddesign/2010/feb/14/richard-hamilton-interview-serpentine-cooke?intcmp=239>

Creative Bloq Staff (2015). Why does album artwork exist in the digital age?. Disponível em <http://www.creativebloq.com/graphic-design/album-artwork-digital-age-71515796/2>

Deal, D. (2014) How Led Zeppelin Turned Marketing on its Head. Disponível em <https://www.linkedin.com/pulse/20141106153108-11495513-how-led-zeppelin-turned-marketing-on-its-head>

Deal, D. (2017a) “The Dark Side of the Moon”: How an Album Cover Became an Icon. Disponível em <https://www.linkedin.com/pulse/dark-side-moon-how-album-cover-became-icon-david-deal>

Deal, D. (2017b) Creating art from failure: Led Zeppelin’s “Houses of the Holy” album cover. Disponível em <https://www.linkedin.com/pulse/creating-art-from-failure-led-zeppelin-houses-holy-album-david-deal/>

DeRiso, N. (2015a). The Story of Pink Floyd’s Search for Direction After Syd Barrett’s Departure. Disponível em <http://ultimateclassicrock.com/pink-floyd-ummagumma/>

DeRiso, N. (2016). How Led Zeppelin Pushed Back Hard With the Bluesy “Presence”. Disponível em <http://ultimateclassicrock.com/led-zeppelin-presence/>

DeRiso, N. (2017). 40 Years Ago: Roger Waters Moves to the Fore With Pink Floyd’s Muscular “Animals”. Disponível em <http://ultimateclassicrock.com/pink-floyd-animals-album/>

Donlon, H. (2010). Helen Donlon Interviews Hipgnosis: Storm Thorgerson and Aubrey “Po” Powell. Disponível em <http://londongrip.co.uk/2010/09/music-art-helen-donlon-interviews-hipgnosis-storm-thorgerson-and-aubrey-%E2%80%98po%E2%80%99-powell/>

Dougan, J. (2006). *The Who’s The Who Sell Out* [PDF]. Disponível em <https://books.google.co.uk/books?id=pVRFX1ibwFMC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Ediriwira, A. (2015). Tracing the art of New Order in 10 iconic record sleeves. Disponível em <https://thevinylfactory.com/features/tracing-the-art-of-new-order-in-10-iconic-record-sleeves/>

Edwards, G. (2010). *Is Tiny Dancer Really Elton's Little John?: Music's Most Enduring Mysteries, Myths and Rumors Revealed* [PDF]. Disponível em <https://books.google.pt/books?id=ROyzSRT6nF0C&printsec=frontcover&f=false#v=onepage&q&f=false>

Edwards, W. (2015). The Stories Behing 6 Pink Floyd Album Covers. Disponível em <http://www.shirts.com/blog/p-734-pink-floyd-album-cover-stories.aspx>

Ellis-Petersen, H. (2017). Record sales: vinyl hits 25-year high. Disponível em <https://www.theguardian.com/music/2017/jan/03/record-sales-vinyl-hits-25-year-high-and-outstrips-streaming>

Fowle, K. (2013). How Pink Floyd Got One of Its Best-Known Covers. Disponível em <http://www.esquire.com/entertainment/music/a25231/pink-floyd-wish-you-were-here-cover/>

Fowle, K. (2015). The Stories Behind the Rolling Stones' Sticky Fingers and 4 Other Famous Rock Covers. Disponível em <http://www.esquire.com/entertainment/music/a35598/sticky-fingers-cover/>

Furness, H. (2016). Pink Floyd reunite for V&A blockbuster as band members scour their attics for memorabilia. Disponível em <http://www.telegraph.co.uk/news/2016/08/31/pink-floyd-reunite-for-va-blockbuster-as-band-members-scout-their-attics-for-memorabilia/>

Fyles, M. (2014). Digital or Disc? Music buyers prefer CDs, vinyl and cassettes over the Cloud [PDF]. Disponível em <https://web.archive.org/web/20140513155435/http://www.icmresearch.com:80/data/media/pdf/ICM%20Digital%20or%20Disc%2016th%20April%202014%20F.pdf>

Gallucci, M. (2013). The Day “The Dark Side of the Moon” Ended Its Record Chart Run. Disponível em <http://ultimateclassicrock.com/dark-side-of-the-moon-ends-chart-run/>

Gallucci, M. (2014). The Story of How Pink Floyd Built, Brick by Brick, Their Rock Opera Masterpiece, “The Wall”. Disponível em <http://ultimateclassicrock.com/pink-floyd-the-wall-anniversary/>

Gallucci, M. (2015a). How the Beatles Said a Proper Goodbye With “Abbey Road”. Disponível em <http://ultimateclassicrock.com/beatles-abbey-road/>

Gallucci, M. (2015b). That Time the Rolling Stones Said Goodbye to the ‘60s With “Let It Bleed”. Disponível em <http://ultimateclassicrock.com/rolling-stones-let-it-bleed/>

Gallucci, M. (2016). The Day David Bowie Abruptly Retired Ziggy Stardust. Disponível em <http://ultimateclassicrock.com/david-bowie-last-ziggy-stardust/>

Gerard, C. (2016). The Glorious, Quixotic Mess That Is The Beatles’ “White Album”. Disponível em <http://www.popmatters.com/feature/the-glorious-quixotic-mess-that-is-the-beatles-the-white-album/P1/>

Giles, J. (2014). How Led Zeppelin Tried to Regroup for “In Through the Out Door”. Disponível em <http://ultimateclassicrock.com/led-zeppelin-in-through-the-out-door-aniversary/>

Giles, J. (2015a). The Story of the Beatles’ Famous Walk Into History With “Abbey Road”’s Cover Photo. Disponível em <http://ultimateclassicrock.com/beatles-abbey-road-cover-shoot/>

Giles, J. (2015b). How the Rolling Stones Launched a New Decade and Era With “Sticky Fingers”. Disponível em <http://ultimateclassicrock.com/rolling-stones-sticky-fingers/>

Giles, J. (2015c). The Story of Pink Floyd’s Syd Barrett Tribute, “Wish You Were Here”. Disponível em <http://ultimateclassicrock.com/pink-floyd-wish-you-were-here/>

Giles, J. (2015d). 40 Years Ago: A Tragic Loss Changes Led Zeppelin Forever. Disponível em <http://ultimateclassicrock.com/led-zeppelin-robert-plant-son-dies/>

Goldstein, M. (2007a). Cover Story – “Tommy” by Mike McInnerney. Disponível em http://rockpopgallery.typepad.com/rockpop_gallery_news/2007/06/cover_story_tom.html

Goldstein, M. (2007b). Cover Story – Pink Floyd – “The Wall/Hammers” artwork by Gerald Scarfe. Disponível em http://rockpopgallery.typepad.com/rockpop_gallery_news/2007/08/cover-story---p.html

Grow, K. (2017). Hipgnosis' Life in 15 Album Covers: Pink Floyd, Led Zeppelin and More. Disponível em <http://www.rollingstone.com/music/lists/hipgnosis-album-covers-from-pink-floyd-to-led-zeppelin-w475109/led-zeppelin-presence-1976-w475127>

Grundy, G. (2011). Peter Saville on his album cover artwork. Disponível em <https://www.theguardian.com/music/gallery/2011/may/29/joydivision-neworder>

Grushkin, P. (2009). *The Art of Classic Rock*. London: Goodman

Hall, J. (2017). God Save the Queen at 40: how the Sex Pistols made the most controversial song in history. Disponível em <http://www.telegraph.co.uk/music/artists/god-save-queen-40-sex-pistols-made-controversial-song-history/>

Heller, S. (2010). *POP: How Graphic Design Shapes Popular Culture*. Nova Iorque: Allworth Press

Heller, S. (2011). Alex Steinweiss, Originator of Artistic Album Covers, Dies at 94. Disponível em <http://www.nytimes.com/2011/07/20/business/media/alex-steinweiss-originator-of-artistic-album-covers-dies-at-94.html>

Holt, G. (2016). David Bowie fans create makeshift London shrines. Disponível em <http://www.bbc.com/news/entertainment-arts-35283801>

Horan, A. (2015). Why We'll Never Have an Iconic Record Cover Like "Dark Side of the Moon" Again. Disponível em <https://medium.com/cuepoint/why-we-will-never-have-an-iconic-record-cover-like-dark-side-of-the-moon-again-957480dcb692>

Hunter, J. (2013). The day that lightning struck. Disponível em <https://www.stylist.co.uk/people/the-day-that-lightning-struck/17669>

Jacobs, L. (2010). Horses. Disponível em <http://rockthatfont.com/2010/04/horses/>

Kennedy, P. (2016). How Gerald Scarfe and Pink Floyd Built "The Wall". Disponível em <http://illustrationchronicles.com/How-Gerald-Scarfe-and-Pink-Floyd-Built-The-Wall>

Kreps, D. (2016). Belgian Astronomers Pay Tribute to David Bowie With New Constellation. Disponível em <https://www.rollingstone.com/music/news/belgian-astronomers-pay-tribute-to-david-bowie-with-new-constellation-20160116>

Leigh, M. (2009). *I Slept with Joey Ramone: A Family Memoir* [PDF]. Disponível em <https://books.google.pt/books?id=c7lgKVmD0yMC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Lewis, D. (2012). *From A Whisper to A Scream: The Complete Guide to the Music of Led Zeppelin* [eBook]. Disponível em https://books.google.pt/books?id=LFP_AgAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false

Lifton, D. (2015). Why a Self-Titled Album Signaled the Beginning of the Beatles' End. Disponível em <http://ultimateclassicrock.com/the-beatles-white-album/>

Loder, K. (1987). David Bowie: Stardust Memories. Disponível em <http://www.rolling-stone.com/music/news/david-bowie-the-rolling-stone-interview-19870423>

Marck, J. T. (2011). Who Are Those People and Images on the Cover of Sgt. Pepper?. Disponível em <http://www.iamthebeatles.com/article1318.html>

McLoone, J. (2009). Droste Effect with Mathematica. Disponível em <http://blog.wolfram.com/2009/04/24/droste-effect-with-mathematica/>

Meacham, S. (2017). Telling Tales on the Creation of the Sgt. Pepper's Cover. Disponível em <http://www.afr.com/lifestyle/telling-tales-on-the-creation-of-the-sgt-peppers-cover-design-20170403-gvckt2>

Medel, I. L. (2014). *Death and resurrection of the album cover* [PDF]. Disponível em https://www.researchgate.net/publication/260424430_Death_and_resurrection_of_the_album_cover

Morrisroe, P. (1995). *Mapplethorpe: A Biography* [PDF]. Disponível em <https://books.google.pt/books?id=La3bAAAAMAAJ&dq=editions:ISBN0399589449>

Miles, B. (2016). *The Greatest Album Covers of All Time* [eBook] Disponível em <https://books.google.pt/books?id=OXkgDQAAQBAJ&printsec=frontcover>

Monllos, K. (2016). Why This Popular Designer Is Devoted to Promotion Albbum Covers on Instagram. Disponível em <http://www.adweek.com/brand-marketing/qa-stefan-sagmeister-resurgence-vinyl-and-art-cover-design-170026/>

Mott, T., & Poynor, R. (2016). *Oh So Pretty: Punk in Print 1976-80*. Londres: Phaidon Press

Mullen, T. (2014). Beatles' White Albums star in Liverpool exhibition. Disponível em <http://www.bbc.com/news/uk-england-merseyside-28776667>

Murphy, R. (2014) Neville Brody: “punk was the most influential thing to happen to me”. Disponível em <https://www.dezeen.com/2014/11/21/neville-brody-dezeen-book-of-interviews/>

National Archives of Australia (2006). *Digital archiving in the 21st century* [PDF]. Disponível em <https://www.caara.org.au/wp-content/uploads/2010/03/DigitalArchiving21C.pdf>

Owen, J. (2013). Hindenburg mystery solved after 76 years. Disponível em <http://www.independent.co.uk/news/science/hindenburg-mystery-solved-after-76-years-8517996.html>

Owen, J. (2014). Album art resonates with music fans as sales hit two-decade high. Disponível em <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/music/news/album-art-resonates-with-music-fans-as-sales-hit-two-decade-high-9945564.html>

Popeson, P. (2013). Let Them Eat Delia’s Cake, or Robert Brownjohn’s Let It Bleed. Disponível em https://www.moma.org/explore/inside_out/2013/09/12/let-them-eat-delias-cake-or-robert-brownjohns-let-it-bleed/

Popova, M. (2011). How Alex Steinweiss invented the Album Cover. Disponível em <https://www.brainpickings.org/2011/07/21/alex-steinweiss-taschen/>

Preston, A. (2017). How real books have trumped ebooks. Disponível em <https://www.theguardian.com/books/2017/may/14/how-real-books-trumped-ebooks-publishing-revival>

Price, A. (2014). Landmark Productions: Joy Division – Unknown Pleasures. Disponível em <http://www.musictech.net/2014/11/landmark-productions-joy-division-unknown-pleasures/>

Priddey, N. (2015). *Led Zeppelin: The Complete UK Vinyl Discography* [PDF]. Disponível em <https://books.google.co.uk/books?id=OBp7CgAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Rampell, E. (2013). Cross the Road with Beatles Art Director Kosh (Interview). Disponível em <http://www.rockcellarmagazine.com/2013/04/17/cross-the-road-interview-beatles-art-director-kosh/#sthash.PEuy02SG.dpbs>

Robinson, J. (2011). Pink Floyd's "Dark Side of the Moon" still Sells Over 10000 Copies Each Week. Disponível em <http://ultimateclassicrock.com/pink-floyd-dark-side-sells-10000-weekly/>

Roefflaer, P. (2014). The Beatles' UK Album Covers. Disponível em <http://wogew.blogspot.pt/2014/12/album-covers-abbey-road.html>

Romano, A. (2014). How Green Day's "Dookie" Defined the 1990s and Changed Music Forever. Disponível em <https://www.thedailybeast.com/how-green-days-dookie-defined-the-1990s-and-changed-music-forever>

Rossell, R. (2009a). Led Zeppelin IV "ZOSO" Symbol Meanings. Disponível em <http://www.feelnumb.com/2009/07/09/led-zeppelin-iv-zoso-symbols/>

Rossell, R. (2009b). Led Zeppelin "The Object" Or "The Obelisk" Used For The "Presence" Album. Disponível em <http://www.feelnumb.com/2009/12/03/led-zeppelin-the-object-used-for-the-presence-album/>

Rossell, R. (2010a). Pink Floyd Ummagumma "Gigi" Soundtrack Album Cover. Disponível em <http://www.feelnumb.com/2010/03/16/pink-floyd-ummagumma-gigi-soundtrack-album-cover/>

Rossell, R. (2010b). Led Zeppelin IV Building Location. Disponível em <http://www.feelnumb.com/2010/12/21/led-zeppelin-iv-building-location/>

Rossell, R. (2013). Paul McCartney's Pseudonym Inspired The Ramones Band Name. Disponível em <http://www.feelnumb.com/2013/04/25/paul-mccartneys-pseudonym-inspired-the-ramones-band-name/>

Runtagh, J. (2016). Ramone's Debut LP: 10 Things You Didn't Know. Disponível em <http://www.rollingstone.com/music/news/ramones-debut-lp-10-things-you-didnt-know-20160204>

Sandbrook, D. (2006). The very image of the sixties. Disponível em <http://www.telegraph.co.uk/culture/3652916/The-very-image-of-the-sixties.html>

Schaffner, N. (1992). *Saucerful of Secrets: the Pink Floyd Odyssey*. Nova Iorque: Dell

Sherman, N. (2015). Ramones – Ramones album art. Disponível em <https://fontsinuse.com/uses/9821/ramones-ramones-album-art>

Sinclair, M. (2013). The cover's cover story. Disponível em <https://www.creativereview.co.uk/the-covers-cover-story/>

Sinclair, M. (2016). No B-Side: Malcolm Garrett, Buzzcocks and post-punk sleeve design. Disponível em <https://www.creativereview.co.uk/action-time-vision-malcolm-garrett-buzzcocks/>

Stafford, J. (2015a). Cover Stories: The Clash, “London Calling”. Disponível em <http://diffuser.fm/cover-stories-london-calling/>

Stafford, J. (2015b). Cover Stories: Nirvana, “Nevermind”. Disponível em <http://diffuser.fm/cover-stories-nirvana-nevermind/>

Stafford, J. (2015c). Cover Stories: Green Day, “Dookie”. Disponível em <http://diffuser.fm/cover-stories-green-day-dookie/>

Tiles, J. (2013). The Story Behind blink-182’s “Enema Of The State” Album Cover. Disponível em <http://news.radio.com/2013/06/03/the-story-behind-blink-182s-enema-of-the-state-album-cover/>

Walker, P. (2008). Wealth and taste: V&A buys original Rolling Stones logo. Disponível em <https://www.theguardian.com/music/2008/sep/02/therollingstones.design>

Wawzenek, B. (2014). The Story of the Ramones’ CBGB Debut. Disponível em <http://ultimateclassicrock.com/ramones-cbgb-debut/>

Welch, C. (1996). *Led Zeppelin*. Miami: Carlton Books

Wilkening, M. (2016). The Story of Led Zeppelin's Most Diverse Album, "Houses of the Holy". Disponível em <http://ultimateclassicrock.com/led-zeppelin-houses-of-the-holy/>

Whitaker, S. (2015). The Story of the Rolling Stones' Altamont Speedway Concert. Disponível em <http://ultimateclassicrock.com/rolling-stones-altamont/>

FONTES DAS FIGURAS

Figura 1 - *Sleeve* de um disco com publicidade relativa à loja
(e editora) His Master's Voice

<https://get.pxhere.com/photo/record-music-wood-vintage-analog-pattern-nostalgia-label-brand-illustration-back-sound-poster-shape-cover-1920-playback-device-plate-label-sound-engineering-tinge-gramophone-1930-listen-to-music-shellac-disc-shellac-78rpm-beschallung-his-masters-voice-sound-funnel-b-side-612615.jpg>

Figura 2 - Álbum de discos

<https://qph.ec.quoracdn.net/main-qimg-71b89bcf300c015dd8986c28072accfb-c>

Figura 3 - Capa de Alex Steinweiss para um álbum da orquestra de Andre Kostelanetz a interpretar músicas de George Gerswin

http://payload470.cargocollective.com/1/0/4579/11709251/1944_Steinweiss_ConcertoInF_1500.jpg

Figura 4 - Capa de *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*, dos Beatles

https://d2s36jztkuk7aw.cloudfront.net/sites/default/files/tile/image/original_460.jpg

Figura 5 - Insert com elementos destacáveis de *Sgt. Pepper's*

<http://2.bp.blogspot.com/-3kqHnoVjRSg/VJcorDHXw-I/AAAAAAAAPLc/hgpHalcfEKI/s1600/Sgt%2BPepper%2Binsert%2Bcut-out%2Bcardboard.jpg>

Figura 6 - Capa de *Their Satanic Majesties Request*, dos Rolling Stones

<http://www.godisinthevzine.co.uk/wp-content/uploads/2017/09/The-Rolling-Stones.jpg>

Figura 7 - Capa de *The Who Sell Out*, dos The Who

<http://www.thewho.com/wp-content/uploads/1982/09/music-studio-album-9.jpg>

Figura 8 - Contra-capá de *The Who Sell Out*

<https://t2.genius.com/unsafe/422x0/https%3A%2F%2Fimages.genius.com%2F7504193d03b3dfe9eb3d93581867e38.841x841x1.jpg>

Figura 9 - Capa de *The Beatles (White Album)*, dos Beatles

https://4.bp.blogspot.com/-sCbBLfrUFtI/WKQ59BD8pkI/AAAAAAAAPPo/eLKJCHXv9Cc5FoLh00LpifmmcvJAsh-QCPcB/s1600/whitealbum_usa.jpg

Figura 10 - Poster do interior de *The Beatles (White Album)*

http://www.thewhitealbumproject.com/wp-content/uploads/2009/07/poster_front_8001.jpg

Figura 11 - Exposição “*We Buy White Albums*”, de Rutherford Chang

https://www.fact.co.uk/media/49980836/IMG_0812.JPG

Figura 12 - *The Hindenburg Disaster*, de Sam Shere

<http://imagesvc.timeincapp.com/?url=http%3A%2F%2Fdjuyey7n3e5wjl.cloudfront.net%2Fphotographs%2F1920-wide%2Ftime-100-influential-photos-sam-shere-hindenburg-disaster-26.jpg>

Figura 13 - Capa de *Led Zeppelin*, dos Led Zeppelin

http://www.feelnumb.com/wp-content/uploads/2011/10/Led_Zeppelin-Led_Zeppelin-Frontal.jpg

Figura 14 - Capa de *Tommy*, dos The Who

<http://www.thewho.com/wp-content/uploads/2017/10/1969-Tommy.jpg>

Figura 15 - A versão original do tríptico que McInnerney criou para

o *packaging* de *Tommy*, sem as caras dos The Who

[https://img.discogs.com/VHBXOirbLB4p4eU5-hGd_lopbNE=/fit-in/600x591/filters:strip_icc\(\):format\(jpeg\):mode_rgb\(\):quality\(90\)/discogs-images/R-8043565-1454067372-6291.jpeg.jpg](https://img.discogs.com/VHBXOirbLB4p4eU5-hGd_lopbNE=/fit-in/600x591/filters:strip_icc():format(jpeg):mode_rgb():quality(90)/discogs-images/R-8043565-1454067372-6291.jpeg.jpg)

[https://img.discogs.com/ZhWXmhY3UoJiGRVck75FHv7nTEg=/fit-in/600x601/filters:strip_icc\(\):format\(jpeg\):mode_rgb\(\):quality\(90\)/discogs-images/R-8043565-1454067451-2780.jpeg.jpg](https://img.discogs.com/ZhWXmhY3UoJiGRVck75FHv7nTEg=/fit-in/600x601/filters:strip_icc():format(jpeg):mode_rgb():quality(90)/discogs-images/R-8043565-1454067451-2780.jpeg.jpg)

https://68.media.tumblr.com/19112dd94e50ccd21c085b019ce4caaf/tumblr_mnz43rOXeN1ssoiqfo1_500.jpg

Figura 16 - Capa de *Abbey Road*, dos Beatles

https://d2s36jztkuk7aw.cloudfront.net/sites/default/files/tile/image/original_441.jpg

Figura 17 - Capa de *Paul is Live*, de Paul McCartney

[https://img.discogs.com/vXcQN_cYItEIUsvej7xNJvDe99E=/fit-in/600x600/filters:strip_icc\(\):format\(jpeg\):mode_rgb\(\):quality\(90\)/discogs-images/R-2111351-1436446684-8017.jpeg.jpg](https://img.discogs.com/vXcQN_cYItEIUsvej7xNJvDe99E=/fit-in/600x600/filters:strip_icc():format(jpeg):mode_rgb():quality(90)/discogs-images/R-2111351-1436446684-8017.jpeg.jpg)

Figura 18 - Capa de *Ummagumma*, dos Pink Floyd

<http://img.wennermedia.com/920-width/rs-125609-092313-weekend-rock-07-500-1379961427.jpg>

Figura 19 - Os Rolling Stones no festival de Altamont

<https://img.wennermedia.com/article-leads-horizontal-1400/rs-altamont-01-d1b13c37-7579-4990-8909-385c7cde5b84.jpg>

Figura 20 - Capa de *Let It Bleed*, dos Rolling Stones

<http://images.genius.com/10295d9940ad3573ed1faed683d398a5.1000x1000x1.jpg>

Figura 21 - Contra-capá de *Let It Bleed*

<https://t2.genius.com/unsafe/1046x0/https%3A%2F%2Fimages.genius.com%2Ff96ae5e903740f7ba998c4efd426a91a.1000x1000x1.jpg>

Figura 22 - Capa de *Atom Heart Mother*, dos Pink Floyd

<https://images.genius.com/639b654e0b5b4f85ed8db45a7ae39cea.1000x1000x1.png>

Figura 23 - Contra-capá de *Atom Heart Mother*

<https://t2.genius.com/unsafe/1418x0/https%3A%2F%2Fimages.genius.com%2Fb3004ac0de5215569a712f5f74ba2a53.1000x1000x1.jpg>

Figura 24 - Capá de *Led Zeppelin III*, dos Led Zeppelin

<https://rarerecordcollector.files.wordpress.com/2012/01/led-zeppelin-iii-sleeve.jpg>

Figura 25 - Logotipo dos Rolling Stones

<http://ultimateclassicrock.com/files/2013/08/Rolling-Stones.jpg?w=980&q=75>

Figura 26 - Capá de *Sticky Fingers*, dos Rolling Stones

[https://hips.hearstapps.com/esq.h-cdn.co/assets/15/24/1433876679-sticky.jpg?resize=768:*](https://hips.hearstapps.com/esq.h-cdn.co/assets/15/24/1433876679-sticky.jpg?resize=768:)

Figura 27 - Interior da capá de *Sticky Fingers*

<https://images.rapgenius.com/a94e6193ab66652ce9d40024aa07667b.1000x758x1.jpg>

Figura 28 - Contra-capá de *Sticky Fingers*

<https://images.genius.com/17a176ac22bb1f974b6062e0a585e9bc.1000x1000x1.jpg>

Figura 29 - *Sleeve* de *Untitled (Led Zeppelin IV)*, dos Led Zeppelin

[https://img.discogs.com/CsqW2uPD8rjc1XCI8OVjk8SQQM=/fit-in/575x571/filters:strip_icc\(\):format\(jpeg\):mode_rgb\(\):quality\(90\)/discogs-images/R-5135884-1389712610-7452.jpeg.jpg](https://img.discogs.com/CsqW2uPD8rjc1XCI8OVjk8SQQM=/fit-in/575x571/filters:strip_icc():format(jpeg):mode_rgb():quality(90)/discogs-images/R-5135884-1389712610-7452.jpeg.jpg)

Figura 30 - Capá de *Untitled (Led Zeppelin IV)*, dos Led Zeppelin

<https://superhypeblog.com/wp-content/uploads/2011/08/led-zep-iv.jpg>

Figura 31 - Capá de *The Dark Side of the Moon*, dos Pink Floyd

<https://www.billboard.com/files/media/Pink-Floyd-Dark-Side-of-the-Moon-2017-billboard-1240.jpg>

Figura 32 - Interior de *The Dark Side of the Moon*

<http://www.haikudujour.com/wp-content/uploads/2009/05/DSOTM-inner-cover.jpg>

Figura 33 - Contra-capá de *The Dark Side of the Moon*

<https://t2.genius.com/unsafe/1382x0/https%3A%2F%2Fimages.genius.com%2F198b2ec589e603ed38e776dbe94a4217.1000x1000x1.jpg>

Figura 34 - Capá de *Houses of the Holy*, dos Led Zeppelin

https://s-i.huffpost.com/gadgets/slideshows/242707/slide_242707_1327160_free.jpg

Figura 35 - Capá de *Houses of the Holy* com a *obi strip*

https://www.fiftiesstore.com/media/catalog/product/cache/c9e0b0ef589f3508e5ba515cde53c5ff/b/e/bert_p82161_xx1.jpg

Figura 36 - Capá de *Aladdin Sane*, de David Bowie

<http://images.genius.com/b8f0999ba7e3031d8dcf1a20969ea9d6.1000x1000x1.jpg>

Figura 37 - Capa de *Physical Graffiti*, dos Led Zeppelin

<https://classicalbumcovers.files.wordpress.com/2013/05/ledzeppelinphysicalgraffitifrontcover.jpg>

Figura 38 - Folha de créditos e lista de músicas de *Physical Graffiti*

<https://classicalbumcovers.files.wordpress.com/2013/05/physical-graffiti-songsleeve.jpg?w=940&h=940>

Figura 39 - Contra-capas de *Physical Graffiti*

<https://images.genius.com/d2f6da51f0c965437afe9a26c408f9c6.1000x1000x1.jpg>

Figura 40 - Capa de *Wish You Were Here*, dos Pink Floyd

<http://images.genius.com/fd2ee944caba58b0d748b71c3ea44d33.1000x1000x1.jpg>

Figura 41 - Contra-capas de *Wish You Were Here*

<https://superhypeblog.com/wp-content/uploads/2015/09/BC.jpg>

Figura 42 - *Wish You Were Here* embrulhado em celofane

<http://pinkfloyarchives.com/Discog/US/LP/WYWH/WYWH2011/FC.jpg>

Figura 43 - Capa de *Presence*, dos Led Zeppelin

<https://rarerecordcollector.files.wordpress.com/2012/01/front-cover1.jpg>

Figura 44 - Uma estátua do Objecto de *Presence*

<https://i.pinimg.com/564x/f0/b9/53/f0b953c24686b04c92a29812a788759a.jpg>

Figura 45 - Contra-capas de *Presence*

<https://rarerecordcollector.files.wordpress.com/2012/01/back12.jpg>

Figura 46 - Capa de *Animals*, dos Pink Floyd

<https://images.genius.com/e11f96e5d1392e886c221ad94baece10.1000x1000x1.jpg>

Figura 47 - Ilustração completa para *Animals*

http://www.hipgnosiscovers.com/images/animals_lp_canada_front.jpg

Figura 48 - Uma das capas (versão B) de *In Through the Out Door*,
dos Led Zeppelin

<https://rarerecordcollector.files.wordpress.com/2012/01/b-sleeve-front.jpg>

Figura 49 - Todas as capas e contra-capas de *In Through the Out Door*

<https://rarerecordcollector.files.wordpress.com/2012/01/a-sleeve-front.jpg>

<https://rarerecordcollector.files.wordpress.com/2012/01/a-sleeve-back.jpg>

<https://rarerecordcollector.files.wordpress.com/2012/01/b-sleeve-front.jpg>

<https://rarerecordcollector.files.wordpress.com/2012/01/b-sleeve-back.jpg>

<https://rarerecordcollector.files.wordpress.com/2012/01/c-sleeve-front.jpg>

<https://rarerecordcollector.files.wordpress.com/2012/01/c-sleeve-back.jpg>

<https://rarerecordcollector.files.wordpress.com/2012/01/d-sleeve-front.jpg>
<https://rarerecordcollector.files.wordpress.com/2012/01/d-sleeve-back.jpg>
<https://rarerecordcollector.files.wordpress.com/2012/01/e-sleeve-front.jpg>
<https://rarerecordcollector.files.wordpress.com/2012/01/e-sleeve-back.jpg>

Figura 50 - *Sleeve* de *In Through the Out Door*, versão original

https://imagine-club.com/sites/default/files/in_through_the_out_door_led_zeppelin_1_lp_pioneer_japan_7.jpg

Figura 51 - *Sleeve* de *In Through the Out Door* depois de ser molhada

http://www.codex99.com/design/images/hipgnosis/sleeve_lg.jpg

Figura 52 - Embrulho de papel *kraft* de *In Through the Out Door*

<https://rarerecordcollector.files.wordpress.com/2012/01/outer-bag-front.png>

Figura 53 - Capa de *The Wall*, dos Pink Floyd

<http://pinkfloydarchives.com/Discog/Portugal/LP/Wall/Wall3/FC.jpg>

Figura 54 - Interior de *The Wall*

<http://pinkfloydarchives.com/Discog/Portugal/LP/Wall/Wall3/IC.jpg>

Figura 55 - *Hammers* de Gerald Scarfe presente em *The Wall*

http://1.bp.blogspot.com/-ARxWn7tql2o/VAeaJJH3CyI/AAAAAAAAL-g/Ql878bk9_dw/s1600/capture-20140903-003840.png

Figura 56 - Capa de *Horses*, de Patti Smith

<https://images.genius.com/b3d096f1e93184f309e4ad57a12aaa9a.900x900x1.jpg>

Figura 57 - Capa de *Ramones*, dos Ramones

<https://images.genius.com/6c4ab10ae05214e02ff7488eccf2d8a2.1000x1000x1.jpg>

Figura 58 - A icónica t-shirt com o logotipo dos Ramones

<https://i.pinimg.com/originals/d9/8a/f6/d98af6ecd251464d1732ea0696008f0c.jpg>

Figura 59 - Contra-capá de *Ramones*

https://fiu-assets-2-syitaetz61hl2sa.stackpathdns.com/static/use-media-items/31/30672/full-1261x1234/56701cbc/379344_av1-2.jpeg?resolution=0

Figura 60 - Capa de *God Save the Queen*, dos Sex Pistols

https://www.muubaa.com/blog/wp-content/uploads/2012/05/god_save_the_queen.jpg

Figura 61 - O poster promocional de *God Save the Queen* com a Union Jack

<https://i.pinimg.com/originals/31/26/42/31264222708c083a2bfd6238f19c0e07.jpg>

Figura 62 - A versão banida da imagem criada por Jamie Reid

https://cdn-images-1.medium.com/max/1200/1*0dtluw_6wtaCcXhbjwlj7w.jpeg

- Figura 63 - Capa de *Never Mind the Bollocks Here's the Sex Pistols*, dos Sex Pistols
https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/81h36kiNbUL._SL1500_.jpg
- Figura 64 - Contra-capá de *Never Mind the Bollocks Here's the Sex Pistols*, dos Sex Pistols
[https://img.discogs.com/SixqtoGHEV-WfxgUnZtQLY7pj8=/fit-in/600x565/filters:strip_icc\(\):format\(jpeg\):mode_rgb\(\):quality\(90\)/discogs-images/R-3383836-1328565519.jpeg.jpg](https://img.discogs.com/SixqtoGHEV-WfxgUnZtQLY7pj8=/fit-in/600x565/filters:strip_icc():format(jpeg):mode_rgb():quality(90)/discogs-images/R-3383836-1328565519.jpeg.jpg)
[https://img.discogs.com/SixqtoGHEV-WfxgUnZtQLY7pj8=/fit-in/600x565/filters:strip_icc\(\):format\(jpeg\):mode_rgb\(\):quality\(90\)/discogs-images/R-3383836-1328565519.jpeg.jpg](https://img.discogs.com/SixqtoGHEV-WfxgUnZtQLY7pj8=/fit-in/600x565/filters:strip_icc():format(jpeg):mode_rgb():quality(90)/discogs-images/R-3383836-1328565519.jpeg.jpg)
- Figura 65 - Versão norte-americana da capa de *Never Mind the Bollocks*
http://punkygibbon.co.uk/images/s/sexfistols/nevermind_lp_us_950.jpg
- Figura 66 - Versão norte-americana da contra-capá de *Never Mind the Bollocks*
http://punkygibbon.co.uk/images/s/sexfistols/nevermind_lp_us_back_950.jpg
- Figura 67 - Capa de *Orgasm Addict*, dos Buzzcocks
<http://www.theboltonnews.co.uk/resources/images/6690134/?type=responsive-gallery-fullscreen>
- Figura 68 - Contra-capá de *Orgasm Addict*
https://s3-eu-central-1.amazonaws.com/centaur-wp/creativereview/prod/content/uploads/2016/11/Buzzcocks_OrgasmAddict_Back.jpg
- Figura 69 - Capa de *Unknown Pleasures*, dos Joy Division
http://www.tate.org.uk/sites/default/files/images/peter_saville_joy_division_unknown_pleasures.jpg
- Figura 70 - Figura original usada na capa de *Unknown Pleasures*
<http://staging.wmt.bwu.io/wp-content/uploads/2017/05/WdeW-keepsakes-2.jpg>
- Figura 71 - Contra-capá de *Unknown Pleasures*
https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/81YfeeUK8PL._SL1500_.jpg
- Figura 72 - Capa de *London Calling*, dos The Clash
<https://lh3.googleusercontent.com/-za5uwKJoZyk/WjJQwciNjhI/AAAAAAAACpyw/ddPhkSsSNAoXdZXcBS2-mFs4Fp-I6uzywCJoC/w1900-h1901/%2523TheClash.jpg>
- Figura 73 - Capa de *Elvis Presley*, de Elvis Presley
https://cdn-images-1.medium.com/max/1200/1*uJLKbbAJutwCjN_DQFPFIa.jpeg
- Figura 74 - Capa de *Power, Corruption & Lies*, dos New Order
<https://images.genius.com/320b315f4abf6615ed05411bcd56d197.1000x999x1.png>
- Figura 75 - Contra-capá de *Power, Corruption & Lies*
http://4.bp.blogspot.com/-O1wsidY8RQs/Tm4UVBTTJ0I/AAAAAAAa8/8y-BLFHO_sI/s1600/jukebox.php.gif.jpeg

Figura 76 - Capa de *Nevermind*, dos Nirvana

<http://www.riffyou.com/wp-content/uploads/2015/01/nirvana-nevermind-cover.jpg>

Figura 77 - Capa de *Dookie*, dos Green Day

<https://jamesostafford.files.wordpress.com/2015/08/green-day-dookie-large.jpg>

Figura 78 - Capa de *Enema of the State*, dos blink-182

<https://resources.tidal.com/images/e1d8d990/8d5e/4223/83d2/917c610928d3/1280x1280.jpg>

Figura 79 - Capa de *The Velvet Underground & Nico*

<https://i.pinimg.com/originals/4b/cd/1d/4bcd1d6ad63d9eb78fb3f7dfcb5eabc6.jpg>

Figura 80 - Capa de *The Velvet Underground & Nico* sem o autocolante

<https://andyyearhole.files.wordpress.com/2017/03/s-l1600-1.jpg?w=1305>

Figura 81 - Edição deluxe de *Everything That Happens Will Happen Today*

https://sagmeisterwalsh.com/_image/2600x/4d08e3aeb0a87a005b1070dc58d78a27.jpg

Figura 82 - Detalhe da edição deluxe de *Everything That Happens Will Happen Today*

<http://jaredstone.com/wp-content/uploads/2008/08/byrne-eno-deluxe-002.jpg>

Figura 83 - Capa de *Suck It And See*, dos Arctic Monkeys

https://sterling-sound.com/wp-content/uploads/51pdblDhv6L._SL1417_-2.jpg

Figura 84 - Capa de *Brothers*, dos The Black Keys

<https://fiu-assets-2-syitaetz61hl2sa.stackpathdns.com/static/use-media-items/12/11797/full-1000x1000/56702513/brothers.jpeg?resolution=0>

Figura 85 - Capa da versão física de *I See You*, dos The XX

https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/819tPmCagZL._SL1500_.jpg

Figura 86 - Capa da versão digital de *I See You*, dos The XX

<http://www.radioutd.com/blog/wp-content/uploads/2017/01/the-xx-i-see-you.jpg>

Figura 87 - Capa de *AM*, dos Arctic Monkeys

<https://lastfm-img2.akamaized.net/i/u/ar0/f579e414e20f40969185e41182d72472>

Figura 88 - Exposição *Best Art Vinyl: 12 Years on 12 Inches*

http://www.northernsoul.me.uk/wp/wp-content/uploads/2017/11/Art-Vinyl-Gallery-Exhibition-opening_20.jpg

Figura 89 - Página do livro “*The Strange Library*” de Haruki Murakami

<https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/91wkAmBFbtL.jpg>

Figura 90 - Página do livro “*The Strange Library*” de Haruki Murakami

<https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/91Zkk-5MFCL.jpg>

Figura 91 - *Print screen* de uma página do serviço de *streaming* Spotify
print-screen da conta pessoal da autora

Figura 92 - *Print screen* da mesma página de Spotify reimaginada com as capas simples
que se usavam no início do século XX
alteração da figura 91 no programa Adobe Photoshop

Figura 95 - Página inicial de indio.com.mx/mexicounido
print screen de indio.com.mx/mexicounido

Figura 96 - Detalhe da galeria de imagens de indio.com.mx/mexicounido
print screen de indio.com.mx/mexicounido/categoria/tradiciones/quintana-roo/bacalar

Figura 97 - Página inicial de microbutmany.com
print screen de microbutmany.com

Figura 98 - Página *pop-up* de microbutmany.com
print screen de um *pop-up* de microbutmany.com

Figura 99 - Página inicial de alexisfacca.com
print screen de um alexisfacca.com

Figura 100 - Página do critério de filtragem “Editorial” de alexisfacca.com
print screen de um *pop-up* de alexisfacca.com/sortby/editorial/

Figura 101 - Página inicial de bestvinylrecords.com
print screen de bestvinylrecords.com